Capítulo 6

Gestión de proyectos para las Artes Visuales y Audiovisuales

Por Lic. Luz Novillo Corvalán

Luz Novillo Corvalán. Licenciada en Pintura UNC. Artista Plástica. Especialista en diseño de montajes, curadora del Centro Cultural España Córdoba y asistente en el diseño de la exposiciones, Comisión mixta de revitalización del Centro histórico y áreas promovidas, Municipalidad de Córdoba. Docente del Seminario "Gestión de Exposiciones y Diseño de Montajes de Artes Visuales", Secretaría de Extensión de la Facultad de Filosofía y Humanidades, UNC. Desde 1997 hasta 2000 forma parte del grupo artístico denominado "Flia Lovera". Realiza numerosas exposiciones individuales y colectivas en Córdoba y en Buenos Aires. Participa de salones nacionales y provinciales.

Consideraciones iniciales

La actividad en lo referido a estas disciplinas artísticas ha cobrado, en este último tiempo, una singular visibilidad en todo el mundo, gracias a la proliferación de todo tipo de Ferias, Bienales y el trabajo sostenido sobre el tema tanto en museos como instituciones culturales, además de espacios alternativos y, por supuesto, por las producciones de los propios artistas.

La complejidad que envuelve el mundo del arte afecta a todos, aún a los que, pensando en que no cuentan con un mínimo conocimiento sobre el tema -más aún si nos referimos a producciones contemporáneas-, tratarán casi con seguridad evitar referirse a emitir juicios de valor sobre obras de arte, a saber valorar si una feria es exitosa o no u opinar sobre la curaduría de un proyecto artístico. Esto es resultado de profundas transformaciones que viene experimentando el arte desde hace unas décadas, en todos sus planos y ámbitos: la obra de arte, el artista, la figura del curador, el nuevo gestor, las instituciones culturales, los museos, los centros culturales, los espacios alternativos, los nuevos medios, etc. Todo pareciera encontrarse en *estado de construcción continua* y, por qué no, *de puesta en jaque*. Algunos críticos han señalado que hoy enfrentamos lo que denominan el fin del arte o la muerte de la pintura, afirmando que el arte ha sido arrojado a un mundo sin modelos.

A la hora de hablar de la gestión, es conveniente señalar que el éxito del proyecto dependerá no de una única persona, sino del trabajo de un equipo conformado por profesionales de diferentes disciplinas y, por lo tanto, será valioso contar con una visión global del proceso. Es lo que ofrezco en estas líneas, una aproximación general a los ítems o claves para realizar actividades ligadas a las artes visuales y/o audiovisuales, en términos restringidos, -en este caso-, a las exposiciones de artes visuales y audiovisuales.

La gestión y el diseño de exposiciones es, sin lugar a dudas, un sector cada vez más demandado y desarrollado en las instituciones culturales. Las exposiciones de artes visuales no sólo logran hacer visible la problemática del arte contemporáneo, sino que, además, atraen al público a vivenciar y ser partícipes obligados de las nuevas manifestaciones y pensamientos en cuanto al arte.
Me animo a lanzar algunas preguntas recurrentes como, ¿por qué la gente hace cola para ver a una muestra? ¿Se están utilizando estrategias de marketing y de publicidad para este fin? ¿Cuáles son los límites? ¿Quién es el que manda: el artista o el curador? ¿Puede exponer un diseñador en un museo? ¿Existe el arte como espectáculo? ¿La calle es un espacio posible para exponer? ¿Un tiburón en una pecera de formol es arte? ¿Quién conforma el equipo de gestión de una exposición?
Muchas preguntas quedan y quedarán sin responder; del lector dependerá seguir buscando respuestas, mientras el arte continúa en su transformación acompañando los tiempos vertiginosos de nuestra sociedad.

2.1. Aproximaciones a la situación del arte actual

La escena del arte. Buscando la punta del ovillo

En los últimos años, el complejo mundo del arte sufrió grandes cambios en las esferas de la producción artística, de las instituciones y los espacios expositivos. Reflexionar sobre algunas de estas transformaciones que han generado acalorados debates sobre las nuevas políticas culturales, además de las propias producciones de los artistas, permitirá comprender y dilucidar el complejo entramado que envuelve el mundo de las exposiciones del arte contemporáneo.
¿El arte ha pasado a ser un espectáculo? ¿Quien dirige las instituciones culturales; gerentes de multinacionales? ¿Cuál es el verdadero valor de la obra de arte?, ¿los artistas no son los únicos que exponen en un museo? ¿Porqué las exposiciones temporales gozan de más éxito que las permanentes? Las posibles respuestas a estas preguntas y el conocimiento de esta realidad, nos darán las herramientas para realizar a conciencia la

gestión de una exposición, conocer las políticas de la institución para la cual trabajamos, saber qué se está exponiendo en el espacio, qué significa la obra y cuál es su valor, cómo potenciar el mensaje, qué queremos comunicar y a quién está dirigida la exposición.

Los museos-empresa y el arte al escaparate

Que el Museo llega a asemejarse a una empresa, pareciera remontarse a unas cuantas décadas atrás, cuando quienes realizaban las consultorías financieras de los museos en los '50 y '60 comenzaron a ocupar progresivamente las direcciones de los mismos, o a formar parte de las plantas de trabajo. Actualmente, las instituciones culturales parecieran moverse desde la aplicación del marketing, la publicidad y, ante todo, bajo la concepción de que el arte es un capital activo.(1)
Estos nuevos modelos de institución contienen, a su vez y puertas adentro, todo tipo de negocios que van desde tiendas de merchandising temático, a novedosos restaurantes y a bares que exhalan aroma a café. Este tipo de servicios dispuestos para el espectador, además de garantizar ingresos económicos, hacen que el campo del arte entre en contacto directo con un mercado ajeno a la cultura. ¿Esta situación afecta los objetivos o misiones de las instituciones culturales, que son las de exponer, conservar (en el caso de los museos), investigar, formar y recrear? ¿O se acerca más bien a las demandas de una sociedad habituada a las estrategias de las empresas del ocio?

Permítaseme una digresión. Tuve la oportunidad de visitar recientemente la nueva *Tate Modern*(2). Hace unos cuantos años, había estado en la vieja Tate que continúa abierta frente a las aguas del Támesis. La sensación que tuve desde el ingreso al nuevo e imponente edificio-fábrica y al recorrer sus pisos señalados para el público con gigantescos números, -5 FLOOR-, fue la de estar visitando una Disneylandia del arte. La gente se movía a borbotones entre sala y sala. En algunas obras, como en las del artista indio Anish Kapoor, ¡la gente hacía cola! La obra era una especie de huevo negro a escala humana partido al medio, hecho de un material negro -que sólo

(1) Pensemos en los Museos Guggenheim: en Nueva York, la exposición de Armani, el diseñador y modisto italiano (http://www.guggenheim.org/exhibitions/past_exhibitions/armani/) y en el de Bilbao la muestra de las motocicletas Harley Davidson (http://www.guggenheim-bilbao.es/caste/exposiciones/motocicleta/exposicion.htm)
(2) Es el nuevo museo británico de arte contemporáneo en Londres y forma parte de la Tate Gallery junto con Tate Britain, Tate Liverpool y Tate St Ives, estos dos últimos fuera de Londres. Se encuentra en la antigua central eléctrica de Bankside que fue originalmente diseñada por Sir Giles Gilbert Scott, y construida en dos fases entre 1947 y 1963. La central eléctrica fue cerrada en 1981 y el edificio fue reconvertido por los arquitectos suizos Herzog y de Meuron. Desde su apertura el 12 de mayo de 2000, se ha convertido en la tercera mayor atracción londinense. Entre su colección permanente figuran algunos cuadros de Salvador Dalí. Información extraída de www.wikipedia.es.

este artista encuentra y que utiliza con perfección, excediendo casi el acabado industrial. El espectador, al pararse en el interior, experimentaba la sensación de abismo y la pared negra parecía abrirse hacia el infinito. Muchos tocaban para confirmar con risas si era o no cierto. Con un poco de timidez, -y lo reconozco incómoda-, me metí en la fila a esperar mi turno. No sabía a ciencia cierta si, como artista(3), debía alegrarme por la inmensa recepción de la obra por parte del público o si, como gestora, debía estrechar con un fuerte abrazo a los gestores del museo; o bien sentarme en un banco a meditar si todo se nos ha ido un poco de las manos. En alguna de las salas creo haber visto el urinario de Duchamp y alguna obra de Magritte, el punto es que no lo recuerdo. Todo debía verse con rapidez, como si se tratara de una foto digital que miramos en la cámara y nunca imprimimos, ni siquiera en la memoria. En algún momento, me senté en un espacio de lectura y escucha; allí me dispuse a observar qué estrategias habían utilizado para lograr que, entre sala y sala, la gente se detuviera a leer. Claro que muy pocos lo hacían, la mayoría más bien se sentaba a descansar. Ésa era la estrategia: que se sentaran y, de paso, brindarles la posibilidad de leer o escuchar la voz de algún artista.

¿Mucho para ofrecer y poco tiempo para consumir? ¿O consumir todo a los mordiscones, aunque mal digerido y poco asimilado? ¿O es que ya hemos evolucionado de forma tal que podemos hacerlo todo utilizando muy poco tiempo?

Después de salir de las concebidas y magnéticas tiendas del museo con un pequeño y adorable libro de la genial artista Katharina Fritsch bajo el brazo, -publicación que no se consigue ni remotamente en mi ciudad-, abandoné el fantástico museo para adentrarme en las frías calles de Londres. En el camino pasé por la vieja Tate, unas cuantas personas salían del ingreso y pensé en cómo estos dos edificios reunían dos concepciones completamente diferentes frente al arte. Dos formas opuestas de entenderlo, todo o nada, depende de la vereda en que uno decida pararse. En el interior de este museo las cosas funcionaban muy diferentes. El paso de los espectadores era pausado, se movían entre cuadro y cuadro en silencio, contemplándolos con detenimiento, buscando emocionarse. Las obras estaban colgadas a una cierta altura e iluminadas artificialmente con luces espe-

(3) Luz Novillo es Licenciada en Pintura por la Universidad Nacional de Córdoba. Artista Plástica. Especialista en diseño de montajes, curadora del Centro Cultural España Córdoba y asistente en el diseño de la exposiciones, Comisión mixta de revitalización del Centro histórico y áreas promovidas, Municipalidad de Cba.

ciales para evitar el daño en las pinturas, que debían perdurar por siempre. Al salir, me quedé paralizada en medio de la vereda pensando, hasta que los ruidos de los autos comenzaron nuevamente a envolverme. Se hacía tarde.

La obra de arte se vende, ¿quién da más?

Buscando otras puntas del ovillo sobre la concepción del arte como negocio, no podemos pasar por alto el curso de la historia del arte y el inevitable destino de la obra artística en su relación con el mercado. Recordemos los frustrados intentos de las primeras vanguardias, y a los artistas que enarbolaron la bandera de arte y vida e intentaron romper con todo lo establecido, -incluyendo al arte mismo y ni mencionar la venta de la obra-, pero que fracasaron finalmente en su lucha. Los emblemáticos ready-made de Marcel Duchamp fueron devorados por el mercado, llegando a subastarse a cifras millonarias. Pensemos también en la factoría de Andy Warhol y en cómo sus obras, tomadas directamente de las góndolas del supermercado, eran exhibidas en los escaparates de las vidrieras de las galerías y museos más importantes de New York. Los años sesenta iluminaban las Cajas de Brillo Box y, más allá de la confusión sobre el verdadero valor de la obra de arte o de su significado, el arte popular se acercaba al arte culto y las producciones artísticas se consolidaban en relación al consumismo.

La obra de arte y el cuento del tío

Analizar las transformaciones que viene sufriendo la obra de arte en sí misma es una tarea compleja. ¿Qué podemos decir cuando ingresamos a una galería y, a metros de cruzar el ingreso, nos enfrentamos a una vaca muerta cortada en tajadas que nos permite "contemplar" a la perfección las vísceras del animal, o a una cama desecha sobre el piso, o a una caja de vidrio gigante en la que en su interior miles de moscas se alimentan de restos orgánicos putrefactos, o a un inmenso y real tiburón flotando inerte en el interior de una pecera de formol? ¿Es comprensible que dudemos sobre el verdadero valor de estas obras de arte? ¿Son realmente mani-

festaciones artísticas? ¿Existe un manual de instrucciones para poder diferenciar lo que es arte de lo que no lo es? Con seguridad no he visto ese manual publicado, sin embargo podríamos encontrar algunas respuestas a estas frecuentes preguntas en las publicaciones de Arthur Danto, reconocido crítico de arte en The Nation además de profesor de filosofía. Él afirma que el arte ha muerto en los años sesenta.

En su libro *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia* (4), el filósofo no se refiere a la muerte de la pintura sino al fin del arte como narrativa del pasado y que, en este tiempo, la pintura ha perdido su exclusividad frente a nuevas formas. Ya no pueden utilizarse los mismos parámetros críticos para apreciar una pintura de Picasso y los de un tiburón en una pecera.

Cuando en los años sesenta Warhol escogió una caja de jabón para exponerla en una sala de exposición, siendo que se trataba de un objeto real, la historia había terminado para darle paso a otra. Arthur Danto entiende y propone que la única forma de encontrar respuestas a estas nuevas manifestaciones artísticas, es desde la filosofía del arte. Ya no hay una estructura o plan maestro del cual valerse, citando al autor, "Todo es posible. Todo puede ser arte. Se inaugura la época de mayor libertad que el arte ha conocido".

Pero cerraremos este primer capítulo no con las apreciaciones del crítico estadounidense, sino con los textos recientes de Zigmunt Bauman en su libro *Vida líquida* (5), para echarle un poco de leña al fuego de la reflexión. Para este autor, nos encontramos inmersos también en un nuevo presente, una nueva era a la que ha denominado vida moderna líquida. En esta nueva era los artistas que la representan han perdido toda credibilidad y confianza en la creación y en los cambios, la idea es no trazarse objetivos como en la etapa anterior, que vivía enfocada hacia la eternidad:

> *La modernidad líquida no se fija ningún objetivo ni traza línea de meta alguna y sólo asigna una cualidad permanente al estado de fugacidad. (...) hay cambios siempre los hay, siempre son nuevos pero no hay ningún destino ni punto final. (...) El arte ha sido arrojado a un mundo sin modelos.*

(4) Ed. Paidós Ibérica: Barcelona. 1999.
(5) Ed. Paidós: Barcelona. 2006.

Para Bauman existe por parte de los artistas una predilección por el uso de materiales frágiles, degradables y perecederos, por lo tanto las obras no sobrevivirán. "Ya han dejado de existir las obras de arte como objetos preciosos, únicos que nos permitían vivenciar en su contemplación una experiencia única".

2.2. La evolución de las formas de exposición

2.2.1. El artista y la relación de la obra con el espacio

Propongo retrotraernos brevemente al pasado con el fin de conocer lo que fueron las primeras formas de exhibición de objetos, -en donde las cosas sólo se mostraban sin criterio alguno y sin intenciones expositivas-, hasta llegar a la exposición, es decir, a la intención de relacionarse con el espacio y de construir un relato.
En toda la arquitectura pre-museística se instalará, por mucho tiempo, el concepto de almacén, es decir, de acumulación de obras con criterios mínimos de diferenciación (por tamaño, cronología), sin -todavía- intención expositiva. En el Barroco (S XVII) se comienza a plantear una relación con la arquitectura, se generan juegos de luces y sombras y la ornamentación justifica la obra en su relación con el espacio. Se comienzan a trazar los primeros montajes expositivos, se diseña en función de la obra generando una integración con el espacio. Con el transcurso del tiempo, el espacio continuará sufriendo transformaciones en su relación con la obra desde su fisonomía y sobre su significación. Hasta el siglo XX, los edificios de los museos no habían sido construidos para tal fin, los palacios y edificios públicos eran transformados para alojar no sólo pinturas y esculturas, sino también todo tipo de piezas y objetos.
Los criterios de montaje en relación con el espacio y la arquitectura se irán complejizando, al igual que la propia obra. Con respecto a la pintura, los artistas se plantearán cuestiones como la teoría del marco y su relación con el muro. Artistas como Monet y Bonnard comienzan a analizar y a cuestionarse sobre el valor y el sentido del marco. Las discusiones giran en torno a la función del mismo como ventana, o como diferenciador del

límite con el muro, así como también de encierro y asfixia de la pintura. El marco llega a desaparecer en la obra de muchos artistas. Estos cuestionamientos y otros con respecto a las producciones artísticas, se agudizarán con las vanguardias, la obra mutará hacia lugares impensados y los artistas dejarán de lado el muro para utilizar el espacio, dotándolo de una importancia vital para sus creaciones.
La intervención de ciertos artistas en la valoración del espacio y el montaje es de gran importancia, ya que evidenciaron las posibilidades que existía de potenciar el mensaje o sensación de la obra desde el diálogo con el entorno. Podemos tomar como referencia los escritos de la conservadora de museos Pnina Rosenberg, quien destaca la influencia que ejerce la forma de exponer una obra y las reacciones que esto produce en nuestra percepción: "el lenguaje de una exposición es el resultado de su entorno". En sus textos, toma como ejemplo a Monet, cuando el pintor, con motivo de la donación de Los Nenúfares a Francia, insistió en indicar dónde y cómo debían ponerse. Después de muchas negociaciones, las obras se montaron en dos salas ovales del Museo de L'Orangerie en Paris. "El visitante se encuentra en un paraíso creado por el hombre. Está rodeado de gigantescas pinturas que recrean el famoso jardín del artista en Giverny. (...) Monet, artista sensible, tenía plena conciencia de la importancia de la organización espacial de las exposiciones y su enfoque constituye un ejemplo para los conservadores, diseñadores y arquitectos de museos (...)" destaca Rosenberg.(6)
Otro de los artistas preocupado por la relación de la obra con el espacio fue el emblemático Duchamp. El conservador de museos Juan Carlos Rico lo señala como el artista que marcó un antes y un después a partir de su obra: "El trabajo de Marcel Duchamp es tan importante, que se puede hablar en el arte de una manera de relacionarse con el espacio post-duchamp." El controvertido artista no sólo incorpora sus obras naturalmente al espacio, -como puede verse en sus trabajos en vidrio, sus objetos ópticos y esculturas-, sino que también rompe con todo lo anteriormente establecido mediante el uso de materiales no convencionales, la utilización de objetos de uso cotidiano -sus famosos ready-made- y la incorporación de otros medios como la fotografía, el sonido, el cine y la publi-

(6) http://www.musee-orangerie.fr/homes/home_id24799_u1l2.htm

cidad en sus diseños surrealistas. La exposición de las creaciones artísticas de Marcel Duchamp dispararon el significado de la obra y el relato de la exposición pasaría de la mera contemplación al cuestionamiento, la sorpresa y la reflexión. El artista le dio al espectador la posibilidad de interpretar, participar e interactuar. Rico destaca, del trabajo de Duchamp, la presentación en 1917 del edificio Woolworth en Manhattan como ready-made. Esta declaración supondría la salida de la obra del entorno expositivo y la utilización por parte del artista del espacio público.

La obra salta a la calle

Esta situación de expansión de la obra en la relación con su entorno, la necesidad de salirse del marco, del muro y la búsqueda de nuevos significados sería una preocupación que muchos artistas, luego, desarrollarán y ampliarán. El abandono de las salas de exposiciones y la búsqueda de nuevos espacios se da por distintas razones: por cuestiones políticas e ideológicas de rechazo hacia las reglas del mundo expositivo, por el interés de experimentar con otros soportes, por razones conceptuales, etc.
Durante el último siglo, la expresión artística se ha abierto camino a través de nuevos espacios, medios, lenguajes, materiales, significados. Artistas provenientes de sub-culturas como el *punk*, o el *freak* encontraron en la ciudad el espacio en donde transmitir sus ideas y el sitio ideal para que cualquier persona acceda a sus trabajos de grafittis, stencils, murales directamente pintados en las calles. Los performers y artistas que trabajan la acción no sólo presentan sus trabajos en los espacios propios de exposición, sino que también realizan sus obras en espacios alternativos y no convencionales como puede ser un edificio abandonado, la calle, sus propios estudios etc. Cualquier lugar que aporte al sentido y significado de sus producciones.

El arte en el paisaje

En los años setenta del siglo pasado surgió una corriente de artistas, -especialmente norteamericanos y europeos-, que comenzó a elaborar sus

obras de arte a partir de la alteración del medio natural. El *Land-art* (arte-tierra) utiliza el paisaje no sólo como espacio expositivo y soporte de su obra sino también como materia prima de la propia obra. Estas manifestaciones artísticas tienden a ser, en su mayoría, de carácter efímero. Se trata de alteraciones que realizan en la tierra mediante excavaciones, movimientos de piedras, acumulación de agua, etc. Los diseños de sus obras son inspiraciones tomadas de la arquitectura antigua como Stonehenge o sitios sagrados en donde se practicaban rituales. Por lo general, los espacios que seleccionan suelen ser alejados, por esto es que no es fácil acceder directamente a ellas. Paradójicamente, a pesar de que el artista rechaza los espacios institucionales cerrados, depende directamente de éstos, ya que sólo conocemos las obras por los registros en filmaciones o fotografías que luego se exponen o venden en galerías.

La gestión de la obra

Se podría decir que el artista de *Land art* con mayor fama mundial es el búlgaro-norteamericano Christo, quien trabaja al lado de su esposa Jeanne-Claude hace varias décadas, aunque sus obras poseen características propias que hacen que a veces resulten difíciles de catalogar(7). El análisis de su trabajo permite visualizar hasta dónde se alejó la obra del muro en la búsqueda de nuevos significados y el valor del espacio como elemento en sí mismo de la obra.

Por otro lado, y es un punto que interesa particularmente, es importante saber que estos artistas no reciben patrocinio ni esponsoreo alguno, sino que se encargan ellos mismos de la financiación de sus ambiciosos proyectos además de toda la gestión, producción y montaje.

Las obras de estos artistas son de carácter efimero, sólo se instalan por un tiempo limitado. Con respecto a los materiales sintéticos (telas, cuerdas, etc.) que utilizan, por lo general se reciclan. ¿Es posible que alguien tome como soporte de su obra a una isla? Christo lo hizo en la Bahia Biscayne en Florida: Las islas rodeadas. Desde la vista de un avión, once islas parecían flores rosadas suspendidas en la bahía. La realización de este proyecto fue el resultado de dos años de trabajo de abogados, biólogos

(7) Ver
http://christojeanneclaude.net/

marinos, ornitólogos, expertos en mamíferos, ingenieros marinos y costureras. Se necesitaron 603,850 m2 de tela rosa para cercarlas.
Christo financia sus obras gracias a la venta de los registros y la documentación de las mismas y todo el personal involucrado en los proyectos que emprende recibe un salario por la tarea realizada. Para muchos, las obras de Christo son sólo enormes envoltorios de diferentes elementos, pero para los mismos artistas significan instalaciones que logran cambiar la percepción que se tiene del espacio, buscando como fin que nos detengamos a contemplarlo y a admirar su belleza. "Nuestra obra es un grito de libertad", señala Christo en referencia a su trabajo.
La obra de estos artistas, es uno de los tantos ejemplos que se pueden tomar para ilustrar y referirse a los cambios que ha sufrido el arte en cuanto a la obra, la relación con el espacio y la figura del propio artista, no sólo como creador sino también como posible gestor y productor.

2.3. Reconocimiento de los procedimientos de trabajo para la gestión de exposiciones

> *"Los relatos hoy pueblan y fatigan la tierra. Pero siempre hay espacio para uno más."*
> J. L. Borges.

Exposición: puesta en escena de objetos con los que se quiere contar un relato.

Embarcarse en la tarea de realizar la gestión de una exposición implica tener en claro varios puntos que considero imprescindibles al momento de echar luz verde al asunto. Como primera instancia, es fundamental conocer la conformación del equipo de trabajo. Dado que los tiempos actuales han generado la inclusión de especialistas en distintas materias a las plantas de trabajo de las instituciones culturales y, por lo tanto, diversos perfiles de gestores, debemos tener claramente diferenciados los roles de cada una de las personas que integren el equipo para su buen funcionamiento.

2.3.1. El equipo de trabajo

Selección del equipo. El grupo de trabajo puede estar conformado por un coordinador, un cuerpo técnico especializado en tareas de montaje de obras de todo tipo, un curador, un diseñador, un investigador, e incluyo también al equipo de trabajo al propio artista o expositor:

- El **coordinador** será quien planifique las fases de trabajo y será el ojo avizor de que toda la maquinaria esté funcionando como se previó.
- El **curador** desarrollará su tesis o proyecto curatorial convocando a los artistas, seleccionando las obras y proponiendo el relato de la exposición.
- El **diseñador** de montaje desarrollará las propuestas de exhibición de las obras que ayuden a comunicar la idea.
- El **equipo técnico** será quien realice el montaje-desmontaje de la exposición y resuelva las necesidades técnicas de las obras.
- El **investigador** trabajará conjuntamente con el curador.
- En cuanto al **artista** o expositor he incluido su participación en ciertas decisiones, siempre y cuando esto sea posible y considerando si se trata de una exposición colectiva o individual. Su opinión en cuanto al diseño general de la muestra y en el montaje de su obra son de gran importancia.

Es conveniente que el coordinador convoque a los miembros del equipo a reuniones periódicas, a los fines de poder realizar un seguimiento de las tareas, además de definir en grupo decisiones referidas al diseño, montaje, etc.
Con respecto a la conformación de los equipos de trabajo, vale mencionar que los organigramas variarán de acuerdo a la institución y sus políticas de gestión. De existir un área de artes visuales, ésta puede estar conformada por una persona que actúe como coordinador o curador y que tenga a su cargo el resto del equipo. También existe la posibilidad que la institución promueva la tarea de curadores, invitándolos a trabajar para las exposiciones programadas. Es posible también que el coordinador desarrolle

más de un rol, como por ejemplo ser curador, a la vez que diseñador de los montajes. Esta es una situación bastante común que se da en centros culturales en donde al no contar con colecciones, como en los museos, la dinámica de trabajo de las exposiciones temporales implica una metodología muy diferente. En los museos, por el contrario, se suele contar con equipos estables de investigadores y curadores que trabajan con tiempos prolongados sobre las exposiciones que se exhiben.

2.3.2. Primera etapa

Es necesario contar con información precisa sobre la exposición: si es una exposición propia, si se trata de una exposición en préstamo o si es una exposición itinerante. Las gestiones variarán de acuerdo a esta situación.
Si la exposición es propia, porque pertenece a la colección del museo o bien porque el proyecto curatorial es generado en la institución misma, el plan de trabajo, la producción general y las decisiones se realizarán con el propio equipo de trabajo. Si la exposición es en préstamo se solicitará toda la información a la institución o persona encargada del préstamo de la misma y, posiblemente, existan condiciones específicas sobre su exposición y difusión. Existe la posibilidad de que la obra no cuente con "seguro clavo a clavo", es decir, contra todo riesgo, tanto para las estancias de las obras durante las exposiciones como durante el traslado de las obras de arte en condiciones, por lo que deberán hacerse las gestiones de solicitud de seguro. Es muy importante contar con la tasación de las obras para la solicitud del presupuesto. Si se pudieran realizar las gestiones pertinentes para realizar los traslados vía valija diplomática, se evitarían los gastos y papeleos del traslado.
Lo mismo sucederá si se trata de una exposición itinerante, se deberá contactar con la institución o persona encargada de la itinerancia. Posiblemente existan también condiciones específicas sobre su exposición y se sumará, a las tareas que se deberán realizar, la coordinación de los traslados y un especial cuidado en el embalaje para evitar posibles deterioros en la obra.

2.3.3. Plan de trabajo

Es vital trazar un plan de trabajo en el tiempo, una vez programada y confirmada la fecha y lugar de la exposición. Para ello, debemos contar con:

- Información de la muestra. Es necesario contar con la mayor información acerca de los trabajos que se expondrán: Tipo de obra, cantidad, ficha técnica sobre cada una, requerimientos de las piezas: si requieren bases para su exhibición, qué tipo de iluminación, seguridad y climatización.
- Reconocer y percibir el tema y la idea general de la exposición.
- Lugar y espacio expositivo. El conocimiento en detalle del espacio y de la institución. Contar con planos de las salas y conocer sobre el funcionamiento general del lugar.
- Presupuesto. Desarrollar un presupuesto general estimativo que irá ajustándose en el transcurso de la gestión. Seguro de la obra, traslados, embalaje y desembalaje, construcción de bases, mantenimiento de la obra, honorarios del artista, honorarios del crítico, honorarios del guía, catálogo, señalética, difusión de la actividad, materiales varios, etc. La diagramación del presupuesto variará de acuerdo a las características de la exposición.
- Desarrollo de Programas especiales o Actividades paralelas. Conferencias, talleres, visitas guiadas. Es un factor que puede resultar de enorme riqueza para potenciar la exposición, posicionar o destacar al artista y acercar las manifestaciones culturales a todos (posibilidad de conocer y conversar con el artista, conocer su obra y trayectoria a través de especialistas, acercar a neófitos a las artes visuales, etc.).
- Confección de catálogos o piezas gráficas. Texto del curador o crítico, información acerca del artista o expositor, imágenes de la obra.
- Documentación y registro. La documentación general y detallada de la exposición en el lugar mediante fotografías o filmaciones. Documentar el montaje y el desmontaje de la exposición. (Si la exposición es itinerante o en préstamo es importante el registro para determinar el estado de las obras en el momento de recibirlas o enviarlas).

2.3.4. El diseño del montaje

La instancia del diseño del montaje es la etapa más creativa de la gestión de exposiciones. Es interesante y valioso que analicemos las posibilidades que tiene el diseño de la muestra en cuanto a potenciar la comunicación de la obra. Como primera instancia, el diseñador debe tener una clara percepción e idea acerca de la obra. Las propuestas que realice deberán estar aprobadas por el resto del equipo: por el artista -si se ha respetado el significado de su trabajo-, por el curador -si responde al relato planteado- y por los técnicos, que serán quienes deberán realizar el montaje y resolver las cuestiones de esta índole. Cabe mencionar que las tareas del diseñador pueden ser realizadas por el propio coordinador, por el curador o mediante el trabajo conjunto con el artista, todo depende de la formación que tenga en cada caso el profesional.
Acerca de la participación del artista, ya hemos visto y analizado cómo en algunos casos el artista está habituado a autogestionar su trabajo, además de tener una idea muy clara sobre las posibilidades que tiene el entorno en relación a la obra. Hemos visto, además, cómo las instituciones están programando en sus salas distintos tipos de exposiciones, que pueden ir desde la muestra de un artista plástico, un diseñador gráfico, un ilustrador o humorista gráfico, hasta la muestra de un artista sonoro. El perfil del expositor y su grado de experiencia en la exposición de su trabajo incidirá en el grado de participación en el diseño de la exposición.

El Recorrido

El recorrido que propongamos será el camino que realizará el espectador en las salas de exposición.

El color

El uso del color es otro de los elementos disponibles para el diseño de la exposición. La justificación de su uso puede ser una cuestión estética o porque se relaciona, potencia y enfatiza el significado de la obra.

Información textual: señalética, títulos, explicaciones

La información de la exposición podrá plantearse en soportes y apoyaturas especiales, elementos multimediales, como videos, cds interactivos, etc., o en materiales varios como vinilos, ploteos, etc. Su diseño deberá dialogar con los criterios desarrollados en toda la exposición.
En cuanto al contenido y cantidad de información, dependerá de la propuesta que realice el curador. La exposición podrá contar con información en el interior o exterior de las salas.
Todos los elementos que se utilicen en el diseño pueden adquirir una relevancia tal, que pueden llegar a ser motivo de critica, tal y como lo desarrolla Arthur Danto en su libro *La Madonna del futuro*, en donde hace referencia a la exposición *Sensation* que se presentó en el Brooklyn Museum of Art. En el ingreso a ciertas salas, había un cartel que advertía al público sobre el ingreso de menores de 17 años que no estuvieran acompañados de un mayor, dado el contenido perturbador de las obras. El crítico encuentra este cartel desacertado y desarrolla casi la primera parte del capítulo en referencia al tema.

Iluminación

La iluminación de las obras puede ser natural o artificial. Si es artificial, existe una gran diversidad de luces, cuya elección dependerá de la infraestructura de las salas de exposición, de su uso, así como también de las necesidades particulares de cada obra.
El diseñador debe poner especial cuidado en la iluminación de las obras, realizando un estudio profundo en cada caso, -ya hemos visto que la obra puede ser desde una pintura, una fotografía montada en un marco de vidrio a un cúmulo de tierra o arena.

Organización de las obras: composición y distribución espacial

El diseño, en cuanto al agrupamiento, altura, ubicación y distribución de las obras, responde al relato planteado. Hemos visto la gran libertad que

existe en el arte contemporáneo; en este sentido, pareciera difícil establecer reglas precisas. En este punto, el diseñador asume las decisiones que pueden en algunos casos ser únicamente de carácter estético, lo que no deja de generar cierto tipo de controversias sobre su papel ante la obra y ante el artista.

2.3.5. Tipos de montaje

> *"Dios crea el Arquetipo de la mesa; el carpintero, un simulacro"*
> Platón. La República.

La importancia del montaje en su proceso y resolución técnica es crucial, ya que es donde se concretan las ideas y todo el plan curatorial. Depende de esta fase del proyecto el éxito de la tarea, aquí el equipo discutirá e intentará sobrepasar el gran desafío de enfrentarse con el espacio.
Ya que es posible realizar una clasificación de los distintos tipos de montajes, utilizaremos los propuestos por el destacado conservador de museos el Dr. Juan Carlos Rico, quien en su libro Montaje de Exposiciones propone las siguientes opciones:

"**In situ**". Este montaje consiste en realizar todo el trabajo en la misma sala de exposición. Por lo general, es la que más se utiliza. El espacio es literalmente ocupado por el equipo de trabajo transformándose en un taller. Los inconvenientes que plantea Rico en este tipo de montajes suelen ser:

- Mano de obra poco especializada pero que pertenece a la planta del lugar.
- La sala sufre en cada exposición grandes deterioros debido a las permanentes transformaciones que se le realizan (clavados, pintura, etc).
- Los materiales que se utilizan no vuelven a usarse para otra muestra.

Por todas estas razones, el presupuesto suele ser alto y a veces puede descontrolarse por imprevistos (ya se marcó anteriormente la importancia de tener en cuenta dichos imprevistos). Por otra parte, se necesita un mínimo de tiempo entre exposiciones para realizar los montajes, por lo cual

las salas deben permanecer vacías y sin actividad en la programación de la institución. Además, debe tenerse en cuenta la imposibilidad de trabajar con ciertos materiales por los cuales la sala no pueda ser reparada o por incompatibilidad de otros usos como ruidos o deterioro ambiental, o simplemente por incapacidad técnica de la propia sala.

Las ventajas de este tipo de montaje son:

- El trabajo está hecho a medida.
- La capacidad de la sala de improvisar, ya que se trabaja en el espacio como taller.
- La compra y uso de materiales baratos anticipándonos a su función efímera.

Prefabricados. Este tipo de montaje puede verse a partir de dos propuestas:

Parciales. Alude a los montajes mixtos, por la necesidad técnica del trabajo y por las posibilidades de la sala. (parte es "in situ" y parte prefabricado)

Totales. Por incapacidad total del espacio, por ser, por ejemplo, un espacio histórico (el montaje es "apoyado", para preservar el lugar). Ubicación en un espacio residual como pasillos o áreas no diseñadas para la exposición.

Los inconvenientes:

- Necesidad de un equipo calificado que pueda realizar el trabajo y manipular los elementos con precisión.
- Los materiales son más costosos.

Las ventajas:

- Ahorros económicos dado que este tipo de montajes suelen realizarse en un corto tiempo.
- Menor deterioro en las salas.
- Por lo general, estos materiales vuelven a utilizarse.
- El presupuesto puede determinarse desde un principio.

Itinerantes. Dadas las características de esta clase de exposición, deberá tenerse en cuenta que:

- Deberá ser fácilmente transportable, se tendrá en cuenta el peso y el volumen.
- Es importante prever el almacenamiento.
- Por el continuo montaje y desmontaje, los materiales seleccionados deberán ser perdurables.
- Adaptabilidad en los distintos espacios y condiciones.
- Se deben plantear incluso, si fuera posible, diferentes ideas de montaje sobre el mismo tema.

Inconvenientes:

- Materiales por lo general costosos.
- El trabajo de diseño de la exposición debe ser serio y profesionalizado.
- Si el montaje fuera muy complejo, el equipo de montaje debería viajar acompañando la exposición.

Ventajas:

- El presupuesto puede ser amortizado con las instituciones que participen de la itinerancia.
- Los problemas en cada lugar son poco probables, dado que todo fue diseñado con anterioridad.
- Es fácil la reparación o sustitución de algún material o pieza.
- Si la propuesta es flexible, la obra puede improvisarse.

Definido por la capacidad de la sala. Existen salas de exposición muy bien equipadas técnicamente, que posibilitan que el proyecto sea diseñado en función a las posibilidades ya existentes de la misma.

Inconvenientes:

- De carácter creativo: hay obligatoriedad de utilizar los elementos propuestos por las salas.
- El personal técnico debe estar capacitado para la manipulación de los equipos.

Ventajas:

- No existe necesidad de presupuesto en lo que respecta a necesidades técnicas.
- Rapidez en la ejecución del trabajo.

Con proyecto arquitectónico. En algunos casos, la exposición exige una serie de construcciones en el espacio para lo cual se necesita desarrollar un proyecto arquitectónico. Es necesario convocar a profesionales que realicen la tarea. El proyecto deberá cumplir con ciertos requisitos, como tramitaciones de determinada documentación y permisos.

Inconvenientes:

- Más complejidad en todos los sentidos.
- Alto presupuesto.
- Vigilancia en la ejecución. Medidas de seguridad.

Ventajas:

- Se introduce la exposición en ámbitos superiores.

2.4. Nuevos Medios en el arte, acercamiento a la problemática

En la actualidad, la pintura parece haber perdido su exclusividad en el mundo del arte, como lo señalaba el crítico Arthur Danto en sus publicaciones. El menú de herramientas, soportes y técnicas disponibles para la producción de obras de arte se ha ampliado de tal forma que resultaría complicado enumerarlo en un listado. Podríamos decir que los nuevos medios y tecnologías son, en esta era digital, el alimento perfecto para la dieta de muchos artistas en la producción de sus obras. El uso de las nuevas tecnologías se ha consolidado de manera tal, que ya existen entre sus adeptos todo tipo de argumentaciones, discursos y posiciones ideológicas y políticas frente al tema. Imaginemos, por ejemplo, las posibilidades que brinda utilizar el ciberespacio como soporte de las obras -*net art*- en cuanto a comunicación y difusión libre, y la posibilidad de participación activa del espectador. Estas nuevas manifestaciones artísticas no

han escapado tampoco al ojo certero del mercado que ya ha encontrado espacio en la vidriera del arte para hacer relucir las obras.

2.4.1. Los nuevos medios en Argentina

Este fenómeno de inclusión de obras realizadas en soportes tecnológicos en espacios como ferias de arte o galerías privadas, se ha desarrollado y ha cobrado interés en Argentina. En la edición anterior de ArteBA (http://www.arteba.org/), la feria de arte internacional que se presenta en Buenos Aires y que ha logrado una respetable aceptación en el circuito internacional, ha dedicado un espacio a los nuevos medios. Otro caso son las últimas ediciones de la feria internacional ARCO (http://www.arco.ifema.es/), una de las ferias más importantes en este momento en el mundo, en las que se dedicó un espacio especial a estas manifestaciones artísticas, titulado: The Black Box. El espacio, que seguirá sosteniéndose en la próximas ediciones, consiste en la exhibición de los últimos proyectos producidos en soportes tecnológicos como el arte digital, electrónico y, especialmente, el audiovisual.
Más allá que aún falta aceptación por parte del público de este tipo de obras en espacios como una feria de galerías, resulta alentador observar, por parte de los organizadores, una apuesta fuerte a las manifestaciones artísticas más actuales y la iniciativa de generar un mercado para este tipo de producciones. En otros ámbitos, como instituciones culturales o de formación, los nuevos medios se han consolidado y desarrollado con gran celeridad.
Recientemente se presentó en Buenos Aires Estudio Abierto (http://www.estudioabierto.gov.ar), un proyecto sumamente interesante que propone, en cada una de sus ediciones, la exposición de las tendencias más nuevas en el arte y que rescatan, para su exposición, edificios históricos de la ciudad.
Este festival multidisciplinario trabajó, en la última y novena edición, el concepto de "la ilusión de lo moderno" en relación y justificación de la selección del edificio del Palacio de Correos que actualmente se encuentra en desuso. Se convocó a siete curadores en artes visuales, Rodrigo Alonso,

Marcelo de la Fuente, Andrés Duprat, Valeria González, Rafael Cippolini, Ana Battistozzi y Nekane Aramburu, quienes seleccionaron un grupo de artistas con la propuesta de trabajar sus obras tomando como disparador o punto de partida el edificio.

Se ha visto que nos enfrentamos a un mundo sumamente complejo, en donde puede citarse a Danto y creer en que "todo es posible", o bien retomar a Bauman y su concepción de que nos encontramos en una era de "vida líquida", sin modelos ni metas por las cuales seguir, sin un envase que contenga nuestra existencia.
Los artistas se encuentran produciendo sus obras mientras se enfrentan a todo tipo de problemáticas y preocupaciones referidas al arte y a los cambios vertiginosos de la sociedad. Hemos observado cómo el papel que juega el gestor en la actualidad, en sus diversos roles y funciones, es crucial para intentar echar luz a la escena del arte. ¿Cuáles son los límites de nuestra tarea? ¿Estamos trabajando en un campo de pruebas? ¿Nos valemos de la intuición para realizar nuestro trabajo? Posiblemente vayamos encontrando respuestas, a medida que nos embarquemos en la apasionante tarea de adentrarnos en la gestión y a lo más profundo del arte.

Gestión de proyectos para las Artes Escénicas

Por Lic. Gabriela Halac

Gabriela Halac. Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad Nacional de Córdoba). Responsable del área de gestión y comunicación en el Centro de Documentación y Producción en Artes Escénicas, espacio que dirige el Lic. Cipriano Argüello Pitt. Responsable de Ediciones DocumentA/Escénicas. Miembro del equipo de producción de la Dirección de Cultura de la Municipalidad de Córdoba. Colaboradora de la revistas teatrales: Teatro Teatro al Sur (Buenos Aires), El Picadero (Buenos Aires), Artes Escénicas (Buenos Aires), El Apuntador (Córdoba), Teatrae (Chile).

Introducción

Como fundadora y gestora de un espacio autogestionado dedicado a las artes escénicas de la ciudad de Córdoba, -DocumentA/Escénicas (www.documentaescenicas.blogspot.com)-, me referiré en esta sección a ese mundo, tratando de reflexionar sobre aquellos aspectos que son propios y fundamentales de la disciplina, como aquellas problemáticas que aparecen en la práctica cotidiana.

Para abordar la gestión de las artes escénicas, antes que nada, creo fundamentalmente necesario establecer el punto de vista desde donde se va a ejercer la gestión. Desde esa perspectiva, mi intención no es dar recetas ni fórmulas efectivas para la gestión, sino herramientas para pensar diversas perspectivas, pudiendo de este modo comprender la complejidad de lo que se hace, y las implicancias de esas acciones.

Gestión implica decisión, elección, posicionarse en defensa de las propuestas que queremos llevar adelante y que, necesariamente, deja de lado otras. Esto implica, ante todo, tener en claro las ideas desde las cuales intervenimos en el espacio generando tendencias, posibilidades y movimiento. Desde esa perspectiva, creo que un proyecto cultural tiene la obligación de ejercer modificaciones y transformaciones luego de su desarrollo, y si esto no ocurre, por más que haya sido un éxito en cifras es un fracaso en términos de gestión. Es interesante entonces reflexionar no sólo sobre el cómo, sino también sobre los por qué y el para qué de la gestión, donde se vislumbra dónde quedan depositados nuestros esfuerzos en el futuro.

Desde mi perspectiva, lo más importante para un gestor es su visión, su ojo crítico para detectar necesidades, problemas y desafíos, y su capacidad de transformar esa visión en posibilidades, en nuevos territorios para el desarrollo de lo que se pretende estimular, promover, hacer crecer. La gestión, al encontrarse en el terreno de lo ejecutivo, implica todo el tiem-

po una toma de decisiones. Para poder ejercer ese trabajo de una manera profesional, necesitamos de todos los elementos disponibles para analizar y evaluar no solo cómo hacer lo que se cree pertinente, sino también poder valorar su impacto dentro de la comunidad con la que pretendemos dialogar.

Sin pensar que este texto contiene todo lo necesario para el desarrollo de esta visión, lo que aquí se plantea es, por un lado algunas nociones y particularidades del campo de las artes escénicas, que nos permitirán tener un pensamiento más detallado sobre estas manifestaciones y, por otro, un conjunto de sugerencias prácticas para aquellos que se animen a generar proyectos de autogestión relacionados con las artes escénicas, con el compromiso de adecuar estas sugerencias a sus propias realidades.

Una aproximación al mundo de las artes escénicas

> *El teatro no puede existir sin la relación del espectador en la que se establece la comunión perceptual directa y viva*
> Grotovsky, 1970

Las artes escénicas se caracterizan por ser espectáculos vivos que necesitan, como ya lo señaló Grotovsky en *Hacia un teatro pobre*, de público para ser representados. Esto quiere decir que artistas y público se reúnen para dar entidad de obra al trabajo realizado por un grupo de creadores. Esto también es fundamental: las artes escénicas implican siempre un trabajo de grupo. En el caso del teatro o la danza, no es posible transferir a ningún soporte tecnológico la dimensión total del acontecimiento artístico, por lo que cada representación implica la presencia de actores, director, iluminador, público, etc.
Esta característica es la que limita las posibilidades de reproducción y consumo de las artes escénicas, y por tanto la configuración del campo es particular y conforma leyes que son propias. Para interiorizarnos en los modos de producción, circulación y consumo de las artes escénicas y sus leyes, es interesante remitir a la idea de campo desarrollada por sociólogo

francés Pierre Bourdieu(1), ya que ésta nos permite delimitar una arena sobre la cual se produce la acción y al mismo tiempo nos permite comprender el por qué unas dinámicas funcionan de cierta manera, por qué algunas prácticas tienden a reproducirse y otras a diluirse.
Para P. Bourdieu, un campo es un sistema de relaciones sociales, definido por la posesión y producción de una forma específica de capital. El capital que se produce en el campo cultural es de dos tipos: económico y simbólico. La presencia de capital simbólico tiene incidencia fundamental, dado el posicionamiento de los agentes que interactúan en dicho campo (actores, directores, dramaturgos, escenógrafos, iluminadores, bailarines, etc.). Cuando hablamos de capital simbólico, éste se traduce en una variedad de situaciones que funcionan como las reglas del juego del campo: reconocimiento de la crítica y colegas, premios, distinciones otorgadas por instituciones, invitaciones a festivales, publicaciones, etc. Todos estos elementos actúan como mecanismos de legitimación que, de acuerdo al contexto e importancia de los reconocimientos, tienen diferente peso y trascendencia. De esa acumulación provienen el prestigio, el reconocimiento, la participación en eventos, el otorgamiento de premios, becas, subsidios, la presencia en los medios, etc., que inciden directamente en su capacidad de generar capital económico. A mayor capital simbólico, es factible una mayor reproducción del capital económico. Es por eso que un gestor cultural debe cuidar tanto la recaudación de la que es capaz una producción, como el prestigio que ésta consigue(2). De ello dependerá el futuro en términos no sólo de posibilidades para esa producción, sino también para producciones que esa compañía pueda realizar en el futuro. Por ejemplo, si un director de teatro ha ganado el premio de la Asociación de Críticos, es probable que en el próximo estreno que realice, los críticos de todos los medios estén dispuestos a cubrirlo y los medios a darles un espacio importante. A mayor capital simbólico, mayores posibilidades de retribuciones económicas por el mismo trabajo.
Diferente es el funcionamiento del capital económico y sus reglas. Actualmente se ha incorporado el término *mercado* para hablar del intercambio de bienes artísticos. En el ámbito de las artes escénicas se puede ver que si bien hay capitales económicos que están en juego (valor de las

(1) Ver en Glosario, "Campo cultural".
(2) El prestigio es, en otras palabras, el grado de legitimación de la que goza una obra. Entre los mecanismos de legitimación en el campo de las artes escénicas pueden destacarse:
- La crítica especializada
- Sistema de premios, becas e incentivos otorgados por instituciones
- Participación en festivales
- Publicación de obras
- Trabajos de investigación que hacen referencia a la producción artística
- Participación en proyectos con instituciones de importante trayectoria
- Títulos otorgados por escuelas de formación
- Participación en circuitos (por ejemplo pertenecer a una Red Latinoamericana de Teatro, a la UNESCO, al Instituto Internacional del Teatro, etc).
- Invitaciones a eventos de jerarquía: festivales, congresos, presentaciones. Cada uno de estos eventos tiene una jerarquía diferente, no es lo mismo ser invitado al Festival de Teatro organizado por un grupo en una provincia, que ser invitados al Festival de Avignón.
- Ser utilizados como referentes por especialistas. Por ejemplo, cuando se habla de la nueva dramaturgia argentina no pueden obviarse nombres como Federico León, Rafael Spregelburd, Alejandro Tantanián, Luis Cano, Ignacio Apolo, etc. Los textos de

entradas, costo de producción, subsidios, premios, costos de difusión, derechos de autor, honorarios, técnica, etc), las producciones que se realizan bajo las leyes que impone el mercado se desarrollan en otros términos, se establece otro orden de prioridades y objetivos de trabajo. Las leyes que establece el mercado no están ligadas a características específicamente vinculadas al valor artístico de la obra. Lo que varía es el objetivo fundamental, el punto de partida, la intencionalidad, el trasfondo del trabajo.

Mientras el campo establece un canon estético, el mercado impone el canon de efectividad. Muchas veces estas órbitas no se separan totalmente y se instala una dinámica donde entran a influir las posibilidades de éxito o fracaso en las opciones que asume la producción artística. Las variables que determinan ese éxito o fracaso se han desvinculado progresivamente de la problemática artística, es decir, si el producto resulta un aporte desde el punto de vista estético, si es de interés, si consolida una poética, si genera ruptura o plantea continuidades. Juegan las reglas de un mercado que maneja ciertos parámetros que cumplen el papel de elemento sólido, garante, estructurante, en un espacio artístico que por naturaleza es líquido, sensible y sin garantías de nada.

Hablar de dos términos que conviven actualmente como campo y mercado, nos ayuda a ingresar en un territorio que establece diferencias muy marcadas entre una producción y otra de acuerdo a los fines que ésta persigue y, así, entabla una relación más fuerte sea con el campo o con el mercado.

La característica del quehacer contemporáneo en las artes escénicas brinda un panorama amplio y diverso, donde los actores sociales van de un tipo de producción a otra sin mediar siquiera el tiempo. Con esto quiero decir que un director como Daniel Veronese, puede estar realizando un trabajo experimental en una sala del circuito alternativo y, al mismo tiempo, poner en el complejo Plaza (un espacio comercial por excelencia) una propuesta como el *Método Gromholm*, que es un texto español, una obra por encargo, de corte netamente comercial. Por este motivo, es necesario adentrarse en la práctica y sus características, para ver de qué manera se presenta, actualmente, la diversidad en los modelos creativos y saber qué

estos dramaturgos se han transformado en material de estudio por pertenecer a esta renovación de la dramaturgia argentina.

reglas de juego están funcionando de acuerdo a qué modelo de producción se lleva adelante.
La periferia y el centro funcionan en las artes escénicas en términos de las restricciones para acceder a los medios. Algunos teatros de la periferia participan de mecanismos de producción similares a los teatros del centro, pero su visibilidad y recursos para la realización del espectáculo difieren de manera abismal. De todos modos, este abismo no es insondable y se dan casos de co-producciones entre lo independiente, lo oficial e incluso lo comercial, donde se ve que esta relación entre centro y periferia es totalmente dinámica e, inclusive, difícil de discernir en cuanto a cuál es el límite.
Estos límites difusos se ven en diferentes aspectos. Por ejemplo, es interesante pensar en los balances que arrojan las producciones, que si bien en apariencia se observan grandes diferencias, a la hora de evaluar los resultados de una producción no lo son tanto. No es lo mismo lo que significan cincuenta espectadores en una producción independiente que apenas ha contado con un magro presupuesto, que lo que representan 500 en una producción que cuenta con un capital de inversión significativo y con un marketing y una estructura de difusión importantes. Muchas veces no todo lo que ve un espectador común es lo que debe cotejar un gestor a la hora de las evaluaciones. Quizás los cincuenta espectadores fueron un éxito, y los quinientos un fracaso. Esto nos indica que nos números son poco transparentes a simple vista.
Así se puede explicar uno de los cambios de la percepción del mapa escénico argentino de estos últimos años. El teatro se encuentra en un espacio intertextual que lo define y le permite replantear el decir y sus modos. De alguna manera, siempre se está redefiniendo en una situación particular espacio-temporal, tomando en cuenta que el carácter efímero del teatro lo coloca en una situación particular con relación a la cultura. Los estudios realizados en América Latina corresponden principalmente a análisis dramatúrgicos, ya que sobre el escrito se pueden rastrear las marcas de la cultura y de sus intertextos. Sin embargo, la condición del texto espectacular lo sitúa en una tensión particular que tiene que ver con el tiempo y su representación. El teatro tiene la virtud de ser acontecimiento,

es decir, aquello que sucede ante nosotros tiene el carácter de irrepetible, único y efímero.
Las artes escénicas ponen al espectador en la situación de "llegar demasiado tarde o demasiado temprano" a lo que acontece, porque de aquello que intentamos aprehender, siempre queda un resto sin definir que tiene que ver con el tiempo, de lo que ya pasó o lo que todavía no sucedió. De allí la dificultad de establecer patrones o unidades mínimas con relación a la recepción, o de establecer una estética de la recepción teatral, ya que, como advierte Bourdieu, "el lector implícito no es más que el propio crítico".

Reglas olvidadas o parte de la convención

Las convenciones teatrales son aquellos elementos que forman parte del sentido común de las artes escénicas. Están ligadas directamente con el sentido de la "ilusión" escénica, el pacto entre la representación y el espectador. Por lo tanto, es importante recordarlas o aprenderlas si vamos a trabajar en torno a las artes escénicas. La presencia de las convenciones y su perdurabilidad a través del tiempo es tan fuerte, que la ruptura con ellas puede ser materia de trabajo para muchos artistas. La importancia de reconocer las convenciones tiene que ver con "ser conscientes" sobre de qué manera el público configura el hecho teatral y se entrega a su rol de espectador.
Tan fuerte es la convención, que cuando en octubre de 2002 en el Teatro de Moscú ingresaron terroristas chechenios y tomaron el escenario y el teatro armados y encapuchados, el público -que sumaba más de 600 personas-, seguro de que todo lo que debía suceder allí era representación, tardó en reaccionar y asumir que lo que estaba ocurriendo era real y estaban siendo tomados por rehenes. En otro sentido menos catastrófico, cuando alguien decide realizar una intervención en la vía pública, debe pautar el modo que utilizará para que eso sea leído por el público como una representación. Cuando eso no sucede, nos enfrentamos a situaciones donde se confunde realidad y ficción.
Para comprender en profundidad de qué se tratan las convenciones

teatrales, citaremos fragmentos del libro *Nuevas Tendencias Escénicas* de Cipriano Argüello Pitt (2006):

> Las convenciones teatrales son de índole cultural y están fuertemente arraigadas a la tradición teatral en la cual se enmarca. Estas permiten establecer un "contrato de lectura" que pone en común un acuerdo tácito sobre una serie de presupuestos teatrales básicos que encuadran la producción teatral. "Las convenciones son más bien reglas olvidadas" (P. Pavis.1998: 95), proveen al espectador informaciones y puntos de referencia que garantizan, de alguna manera, la función comunicativa del teatro. El olvido inicial de las reglas del teatro permite al espectador "entrar" en el mundo de la ficción que el teatro propone, sin embargo, lo particular de las manifestaciones teatrales, no le permite diferenciar claramente aspectos de la ficción y de la realidad, porque éstos se presentan simultáneamente. Las convenciones codifican y enmarcan la recepción de los espectáculos. "...ellas constituyen una especie de invariante, (una conducta repetida con cierta regularidad) en las que se inscriben las variantes de una acción individual que ratifican o transgreden el comportamiento convencionalizado" (B.Trastoy y P. Zayas de Lima, 1997:25-26); estas variantes individuales suceden dentro del ámbito de lo esperado, dentro de la constitución de las normas que suceden en la representación de la escena, por lo cual es difícil distinguir, una vez establecido el marco, aspectos de lo real y/o de la ficción. Un problema particular tiene que ver con enmarcar los accidentes, lo inesperado y lo imprevisto, dentro de lo previsto y planificado, todo es susceptible de ser leído como signo de lo teatral. El fuerte carácter auto-referencial de los signos teatrales y la constitución de marcos sin una necesaria referencia externa, dificultan la diferenciación entre lo representado y lo real, la convención teatral define qué es teatro y qué queda fuera del teatro. La convención nos permite afirmar que lo que sucede en escena es representación, como una manifestación que habla de otra cosa diferente a sí misma, apela a un ausente pero, al mismo tiempo, sabemos que existen aspectos reales que construyen la representación.

Si bien son muchísimas las convenciones teatrales, vale destacar algunas para tener idea de qué estamos hablando:

- La cuarta pared
- El tratamiento del tiempo
- El espacio determinado para la actividad teatral
- La venta de localidades
- Las luces que se apagan
- Una persona que aparece en escena iluminado con luz no natural
- Un vestuario
- Un modo de anunciar el espectáculo y convocar a los espectadores
- La proxemia: el modo de utilizar el cuerpo en el espacio con relación al público
- La existencia de escenografía como delimitadora del espacio escénico
- Un acto de comunicación que se propone entablar
- La utilización del cuerpo
- El uso de la voz (que varía de acuerdo al género teatral que se esté trabajando)
- El texto teatral
- El actor es el que propone el tipo de comunicación al espectador y el que da los márgenes de acción, etc.

Las convenciones teatrales son parte del trabajo escénico y, por lo tanto, parte de las reglas que funcionan dentro del espectáculo. De acuerdo al espectáculo en el cual estemos trabajando, variarán estas reglas. Ser conscientes de las mismas nos permitirá tener manejo sobre el hecho comunicativo que se pretende entablar en cada caso.

Modelos de Producción

Todo gestor cultural, para poder avanzar sobre su tarea, deberá ser capaz de definir en qué terreno está accionando. Cada sistema de producción reserva en su interior modos de acción que le son propios. Para revelar la lógica de cada uno, pero poniendo el acento en la producción indepen-

diente, desarrollaré la tipología que sigue, intentando recuperar la intención que supone cada sistema de producción. Sin embargo, debemos estar atentos y reconocer que la producción artística es absolutamente dinámica y cambiante, es un proceso, y que esta aproximación es una foto, un recorte en un tiempo detenido.

Producción independiente o el modelo de autogestión. Este modelo de producción es uno de los más recientes:

> Podríamos ubicar tentativamente su origen a finales del Siglo XIX en Europa y antes de la I Guerra mundial en América, con las nuevas formas de interpretación, de dirección y de producción, entre otras, experimentadas en los primeros Teatros de Arte (...). Sus fines se orientaban a renovar la anquilosada escena de cierto teatro burgués (mayormente asumido por el melodrama o el vodevil) por un lado, y a evitar los cuestionamientos económicos, y sobre todo artísticos, impuestos por los empresarios teatrales como capitalistas por el otro.(3)

Si remontamos los antecedentes históricos del nombre en nuestro país, el teatro independiente comenzó a organizarse a comienzos de la década del 30, con Leónidas Barletta en el Teatro del Pueblo, en oposición al teatro oficial y promulgando un teatro de arte. El Teatro del Pueblo, fue el primero en poner en escena a escritores argentinos que hasta ese momento no tenían lugar en el teatro comercial.
La particularidad que identificó a ese teatro fue algo que no tenía precedentes: el teatro ya no perseguía lucro. Como afirmación de esto sólo se cobraba un valor simbólico como precio de entrada (10 centavos) y no estaba previsto percibir honorarios a cambio del trabajo teatral. Barleta decía: "Yo no quiero ser histrión de esa clase que puede pagarse el teatro, y a eso yo lo llamo independencia".
Esta oposición los colocaba en la periferia de un campo, en un estado de permanente contraste artístico e ideológico, y esa tensión dotaba de sentido e identidad a los independientes:

(3) Gustavo Schraier, en Laboratorio de producción teatral 1. Técnicas de gestión y producción aplicadas a proyectos teatrales. Buenos Aires, Inteatro. 2006. Pág. 30.

> Se señalaba la dependencia en que vivían autores e intérpretes y exigía un teatro "independiente" de toda influencia o presión extra-artísticas. Se pedía la anulación del empresario y desentenderse de las pretensiones del primer actor y de los caprichos de la primera actriz. Se incitaba además, a que no tuvieran en cuenta las preferencias (...) de un público con el gusto estragado por la frecuentación de un teatro sin inquietud humana ni calidad artística.(4)

De allí la identificación de esta independencia con la búsqueda de nuevos lenguajes, la experimentación, el riesgo, la voluntad creativa libre de cualquier interés ajeno al artístico. Estos rasgos se inscriben como comunes a un grupo, son los aspectos que sirvieron para diferenciar al teatro independiente del oficial o del comercial. Allí radicaría el sentido y la distancia en las definiciones de los términos.
El teatro independiente puede reconocerse como un movimiento histórico, signado por una identidad a lo largo del tiempo. Desde Leónidas Barletta y el Teatro del Pueblo hasta hoy, se han producido modificaciones profundas. Pero lo que parece haber signado la historia del teatro es ser una tercera vía, diferente a lo comercial y a lo oficial, que se autogestiona y que persigue principios estéticos diferentes a los qu-se promulgan comercial y oficialmente.
Los puntos fundamentales que definen el quehacer en la órbita independiente son: búsqueda estética, componente ideológico y modo de producción.

Búsqueda estética

En términos estéticos, en lo que refiere específicamente al teatro independiente, podemos decir que hay conceptos relacionados que normalmente se le atribuyen. Éstos son:
- La investigación teatral y con ella la aparición de contenidos y el proceso valorado en términos políticos e ideológicos
- La reflexión sobre la propia práctica y allí la aparición de lo metodológico como fuente fundamental

(4) Luis Ordaz, en Personalidades, personajes y temas del teatro argentino. 2005. Pág. 10

- La aparición de un lenguaje poético y con ello de una poética que delimita el campo de inscripción y de lectura
- El diálogo con la tradición teatral y con su historia, a partir del cual se ejercen posicionamientos, lecturas, relecturas, detracciones, revalorizaciones, etc.
- La búsqueda de nuevos lenguajes.

Componente ideológico

En relación al aspecto ideológico, el teatro independiente se ha identificado por ser un bastión de resistencia cultural, un espacio marginado de la comunicación de masas. Es necesario recordar también la injerencia política de lo teatral en los momentos de mayor conflicto social: el activismo político de los grupos en la década del '70, y la posterior persecución y exilio de los mismos. Teatro Abierto en Buenos Aires, la significancia de los Festivales Latinoamericanos de Teatro en Córdoba como la democracia cultural y el lazo latinoamericano, entre otros.
El teatro es una actividad colectiva que, más allá de vaivenes políticos y económicos, ha resistido a partir de la autonomía y fortaleza que le otorga la red humana de la cual está constituida. En muchas ocasiones, las manifestaciones del teatro independiente han llenado la falta de pronunciamiento social, o han sido un vehículo de expresión sin la necesidad de ser partidario. Pero lo independiente no sólo se liga a la falta de ligaduras económicas, también el término manifiesta un pensamiento libre de reglas o parámetros extra-creativos. Este aspecto que incorpora lo ideológico desde el lugar de la ética profesional, se enfrenta a las leyes del interés económico y todas las implicancias que admiten estar sujetas a las leyes de la oferta y la demanda.
Intentando salir de ese análisis comparativo que tiende a ver la actualidad de la práctica teatral como poco comprometida ideológicamente, puede analizarse los nuevos modos que se establecen. El compromiso ideológico se pone de manifiesto en dos sentidos: la autonomía de la obra y la medida en la que la obra encuentra abordar diferentes aspectos de lo social (la mirada, la perspectiva, el tipo de discurso, etc). Autonomía, en

términos de obra de arte, formula la problemática de la gestión en tanto y en cuanto se asumen compromisos con quienes financian estos proyectos. La autogestión económica (que es la participación de varios socios en la posibilidad de que algo se realice) comienzan a intervenir intereses que no siempre van en la misma dirección. Desde los plazos que impone un subsidio, hasta los intereses que impone una institución o empresa comercial.

Modo de producción

En cuanto al modo de producción ponemos el acento en la diversidad de modalidades que aparecen dentro de las producciones independientes. Apuntamos anteriormente la autogestión de recursos como aspecto fundamental. Es importante aquí analizar los siguientes puntos: ¿qué significa autogestiónar?, ¿cómo se gestiona? (las estrategias), ¿ante quiénes se gestionan los recursos? (las diferentes alternativas). La autogestión aparece como modo a partir de la ausencia de recursos previamente destinados para la producción artística que se quiere llevar adelante. No hay, por tanto, una relación institucional que provea los recursos y dirija la producción artística en un sentido que sea funcional, necesario, o político.
Existen diferentes maneras de captar los recursos necesarios, sea el financiamiento por parte de una institución vinculada directamente al proyecto (aquí habría que analizar en qué medida sigue siendo independiente el proyecto), coproducción, patrocinio, subsidios de diferentes estamentos gubernamentales (municipio, gobierno, nación), recuperación de fondos por porcentaje de boletería, obtención de premios que otorgan financiamiento para el desarrollo de los proyectos, canjes, préstamos, etc., ya planteados y debidamente definidos en el Módulo anterior.
Generalmente, estas estrategias se combinan generando un flujo diverso de fondos, pero también discontinuo que, como consecuencia, implica múltiples compromisos tales como: número de funciones, giras, participación en festivales, modo en que se difunde el espectáculo, etc. Muchas veces la relación entre los compromisos asumidos y la rentabilidad alcanzada no es beneficiosa sobre todo porque los compromisos asumen un

carácter de largo plazo. También es compleja la relación de los tiempos institucionales y de movimiento de dinero con las necesidades de los procesos creativos. En muchos casos, la gestión pone en riesgo la autonomía de la obra, situación que se acentúa cuando existe un patrocinador cuyo aporte es definitorio en el proyecto.
Más adelante nos adentraremos en un modo específico de captar recursos y la autogestión en grupos independientes.

3.2.2. Propuestas escénicas comerciales

Las obras comerciales se caracterizan por tener un productor que asume todos los riesgos de la producción: contratación del elenco, búsqueda de espacio para la representación, promoción y difusión del espectáculo, etc. Este es el modelo de espectáculo donde existe un interés comercial, y donde la valoración de la relación costo-beneficio es fundamental a la hora de tomar la decisión de realizar el espectáculo. En este modelo funcionan también las figuras que son reconocidas por el público y que por sí solas representan un atractivo para el público. Un ejemplo claro de esto son las vedettes, que son convocadas por los productores más por su presencia mediática que por sus capacidades artísticas. Como la rentabilidad del espectáculo debe estar asegurada, los procesos de montaje son muy acotados, la relación con los artistas responde a contratos que deben ser respetados, la promoción utiliza todos los canales disponibles: vía pública, televisión, radio, prensa, etc., y los espacios elegidos para ser mostrados a público.

3.2.3. Propuestas escénicas públicas

Son las que surgen en espacios oficiales, a partir de políticas de promoción y difusión cultural que brindan los diferentes estamentos del gobierno. En los teatros oficiales, podemos diferenciar las producciones que se realizan con los elencos oficiales (rentados por el estado para realizar producción artística), las obras que son financiadas por el estado pero que no se realizan con los elencos estables, las producciones que se desarrollan fuera del

espacio oficial pero que encuentran en los teatros oficiales espacios de exhibición.

3.3. Etapas de la Producción de espectáculos

La producción de un espectáculo es una fase larga que continúa incluso después del estreno del espectáculo. Para poder aclarar el amplio panorama que implica la producción, es necesario segmentar este aspecto en preproducción, producción y explotación.

3.3.1. Pre producción

Esta es la etapa más creativa del proyecto, porque es la instancia donde el panorama está más abierto que nunca, donde todo debe ser pensado, desde el qué hacer, cómo hacerlo, con qué equipo de trabajo, con qué perfil, para qué publico, en dónde, cuáles son las fechas ideales para mostrar, cuáles son los fines y objetivos del proyecto, con quiénes vamos a trabajar y a asociarnos, cómo será la metodología de trabajo, cuál es la filosofía del trabajo, con qué recursos se llevará adelante, cuánto cobrarán las personas involucradas, etc.
El comienzo de todo, en un proyecto en artes escénicas, es fundamentalmente la reunión de un equipo de profesionales (que puede no tratarse del equipo definitivo), que definirá la visión, la misión, los objetivos y los medios. Una vez definidos estos aspectos, los mismos deben ser registrados y socializados en todo el grupo, para poder ser consultados en cualquier momento del desarrollo de la producción. Esta será la base sobre la que pueda entablarse y enriquecerse cualquier discusión, al mismo tiempo que da ciertas garantías de no perderse en malos entendidos o visiones diferentes de lo que se está emprendiendo. La fase de preproducción es la que va a reunirse con todas las variables que integrarán el proyecto.
Esta etapa, aunque en apariencia es netamente de diseño, incluye una serie de aspectos de índole concreto y ejecutivo: tramitar derechos de autor en el caso que se decida poner en escena un texto (de esto depende

absolutamente la viabilidad del proyecto ya que los derechos pueden ser muy caros o alguien podría tener exclusividad sobre ellos, etc.); buscar profesionales para completar el equipo de trabajo en el caso que esto fuera necesario; a partir de la evaluación económica y financiera, buscar financiación; realizar las contrataciones de espacios para ensayos, buscar espacio para el estreno en la fecha pautada, etc.

3.3.2. Producción

La fase de producción es fundamentalmente de índole ejecutiva. Se trata de comprar o gestionar los materiales necesarios para la realización de la escenografía, el vestuario. Para el equipo creativo es el momento de ensayar y desarrollar el proyecto artístico. En este momento, es importante que el productor esté estrechamente relacionado al proceso creativo, ya que pueden surgir necesidades nuevas o descartarse cuestiones del planteo anterior. Los ensayos proponen una lógica muy particular que merece ser desarrollada en toda su dimensión con el fin de comprender acabadamente lo que está implícito en esta definición, y todo lo que puede repercutir en un proceso de producción de una obra.

Ensayar

Un espectáculo requiere de preparación, un lugar de trabajo conjunto entre el director, actores, dramaturgo, productores, técnicos, etc. Este espacio es el de los ensayos, los cuales deben acontecer en un lugar que respete ciertas características necesarias para la gestación de la obra: dimensiones adecuadas y similares al del espacio de representación, disponibilidad de equipamiento técnico, disponibilidad y flexibilidad de horarios, costos accesibles de acuerdo a la cantidad de ensayos programados. En principio, un ensayo es un lugar para probar, equivocarse, investigar, descubrir aspectos impensados del espectáculo.
El ensayo es un espacio de laboratorio insustituible. De hecho, es una palabra extraída de la ciencia, donde uno prueba y se permite el error pero también el encuentro con la posibilidad de la redirección de aquello que

había imaginado. Por lo cual, estipular los tiempos de ensayo tiene que ser, en cierto marco, riguroso porque el estreno debe respetar cierta fecha programada con el teatro, pero al mismo tiempo es necesario prever cierta flexibilidad, ya que lo que va a surgir en el proceso concreto de trabajo escénico, no es totalmente incontrolable.

En lengua francesa la palabra que denomina al ensayo es "*rèpètition*", significa repetición. Llama la atención sobre que el ensayo no sólo es un lugar de prueba, sino que también es un lugar de repetición sobre aquello que se va encontrando. El problema es que no es mecánica ni acumulativa, sino que se trata de ir fijando una lógica de la construcción del espectáculo, que se va a establecer en el ensayo y que luego va a transparentarse en la representación. Por lo tanto, el espacio del pensamiento sobre el ensayo y sobre la repetición de los ensayos, es fundamental a la hora de pensar la comunicación del trabajo. Posiblemente en el ensayo también esté la lógica de la relación con el público.

Un problema común en teatro es que se ensaya sobre un lugar donde no se va a realizar la representación. Los teatros son espacios muy costosos para alquilar el tiempo que necesita un equipo de trabajo, que normalmente no es menor a dos o tres meses de ensayos. Por esta situación las obras llegan muy sobre el momento del estreno a trabajar en el espacio de representación. Es necesario, entonces, prever una serie de condiciones artificiales para adaptar la representación al espacio, lo que muchas veces significan costos económicos.

Un ejemplo típico es la utilización de vestuario que, al momento de la representación, si no se ha podido trabajar con él, puede significar un cambio en el movimiento y en la corporalidad (los casos típicos son zapatos, corsés, vestuarios de época, etc.). Por este motivo, es necesario prever al menos vestuarios similares para utilizar en los ensayos. La luz es otro aspecto que delimita el espacio de determinada manera que los actores no tienen en cuenta al momento de ensayar, y que en el momento en que aparece hace necesario que a ese elemento se lo utilice de manera consciente por parte de los actores.

Cuando nos situamos como espectadores frente a un hecho escénico, nos parece que todo lo que se ve en escena es natural, sin embargo todo es

artificialmente construido y, por lo tanto, cada elemento escénico que no sea factible de probar en los ensayos es un riesgo más que asume el equipo. Lo cierto es que el plan de producción se ve alterado día a día por lo que surge del trabajo de los ensayos. Esto requiere de una comunicación de los encargados del plan de producción, una flexibilización de los planes, una utilización efectiva de los recursos y una planificación que no genere problemas en el caso que sea necesario cambiar su estructura, sino que esté dispuesta a adecuarse facilitando la creación.
Las condiciones de financiamiento y producción de espectáculos en Argentina determinan que, más que un plan rígido, sea favorable un plan abierto y de trabajo permanente y conjunto entre los productores y el director del espectáculo.

Particularidades de la producción independiente

Cuando hablamos de producciones autogestionadas, es necesario tener en cuenta aspectos particulares que atraviesan no sólo el producto estético en sí mismo, sino también la concepción de la producción.
Los equipos de trabajo que se generan fuera de instituciones o de capitales de inversión, manifiestan una conformación grupal basada en la cooperación, la organización horizontal, la falta de ligaduras económicas y políticas, y el control de la producción y de la distribución del propio trabajo. Todo esto implica que los recursos no sean preexistentes, y que generalmente la idea del trabajo deviene de una inquietud artística que trasciende todos los demás aspectos. En principio esto parece obvio, pero no lo es. Que un espectáculo tenga un fin en sí mismo como producto artístico, es algo que no siempre está presente, y que implica que todos los esfuerzos deben aportar en esa dirección. El productor, entonces, debe tener muy claro cuáles son los aspectos que en esa producción son relevantes. Por otra parte está el aspecto de la auto-explotación de los integrantes artísticos, que tiende a no contemplar los gastos de honorarios del equipo artístico. Es necesario que no se produzca una descompensación entre el capital invertido en la producción y la remuneración a los artistas, aunque en principio estos no lo consideren necesario.

Una problemática común en los trabajos independientes, es que el financiamiento que se gestiona, al provenir generalmente de fondos provenientes de entidades estatales (en todo el mundo lo independiente depende del Estado, de una u otra manera), nunca llega antes del estreno del espectáculo, y en muchos casos llega cuando ya no puede aportar al proceso de producción del mismo. Al mismo tiempo, estos subsidios acarrean compromisos de fechas de estreno y cantidad de funciones. Es necesario que el equipo de producción evalúe los costos y beneficios de ingresar en estos sistemas de subsidios, ya que los recursos que objetivamente serán utilizados para llegar con la obra lista para estrenar en el tiempo programado tendrán que provenir de otro tipo de gestiones. En la mayoría de los casos los subsidios son utilizados para pagar honorarios de los artistas, pero hay que evaluar si estos honorarios serán significativos a la hora de medir la cantidad de funciones que han sido realizadas (muchas veces no por demanda de público, sino por exigencias contractuales con las entidades que otorgan los subsidios), el tiempo de ensayos, las giras realizadas, etc.

Para realizar una producción independiente, el equipo no sólo debe evaluar la posibilidad de comprar los elementos necesarios, sino también de realizar canjes, pedir préstamos, reciclar materiales de obras anteriores, etc. En el caso de los préstamos, es importante reconocer el propio circuito como el primer eslabón en la cadena de posibilidades. Otros grupos de teatro, salas, instituciones culturales, etc., son los que más capital de intercambio poseen. Por otra parte, los canjes pueden darse en base de auspicios, retribución en boletos gratuitos, etc. Muchas veces los canjes pueden resultar más beneficiosos para todos cuando van ligados a estrategias de marketing.

Por ejemplo: si organizo una función especial para la audiencia de una radio de la ciudad en donde vivo, a cambio de publicidad en esta radio, puedo proponer a mis demás auspiciantes la presencia en el *spot* de promoción. Es importante tener presente que la gestión es un espiral que cuanto más crece más posibilidades de crecimiento tiene, es decir, se potencia a sí misma.

Equipo de trabajo

Los recursos humanos que conforman una producción, son aquellas personas que desempeñarán los roles necesarios para llevar adelante cada etapa del proyecto y que deben responder, en su perfil profesional, a la tarea que le sea asignada. Utilizaremos el cuadro propuesto por Marisa de León en Espectáculos escénicos: producción y difusión(5), donde la autora muestra en la composición del equipo, la complejidad que implica un proceso de producción de un espectáculo escénico:

Equipo Creativo	→	Directores, dramaturgos, guionistas, coreógrafos, concertadores; diseñadores de escenografía, decorados y utilería, iluminación, vestuario y maquillaje; música, difusión, relaciones públicas, producción ejecutiva.
Equipo artístico	→	Actores, actrices, cantantes, músicos, bailarines, artistas plásticos, intérpretes y ejecutantes.
Equipo de realización y construcción	→	Edición musical, carpintería, herrería, costura, pintura escénica, accesorios, maquillaje y efectos especiales.
Equipo Técnico	→	Electricistas, sonido, tramoya, utilería, vestuario, iluminación, traspunte y maquinistas. Se considera también en este rubro a todo el personal que trabaja en el teatro.
Equipo de apoyo	→	Asistentes, ayudantes, aprendices y voluntarios.
Equipo eventual	→	Investigación, traducción, diseño gráfico, fotografía, video, entrenamiento vocal y corporal, efectos especiales, animales amaestrados, etcétera.

(5) CONACULTA, México; 2004. Pág. 98.

3.3.3. Circulación

En esta fase se realiza la comercialización del trabajo, o al menos la confrontación del mismo con el público. Sigue el trabajo sobre el espectáculo respecto a lo que ocurre en la relación con el público, fundamentalmente la evolución natural que se da en la repetición de las funciones y los cambios que surgen en ellas, lo que implica programar nuevos ensayos.
En esta etapa es importante el seguimiento del plan de difusión, en todos los aspectos que éste incluya, desde la distribución del material gráfico, hasta la realización de entrevistas en los medios, y la invitación a personalidades que consideramos importante que vean el espectáculo. Es necesario supervisar cotidianamente los aspectos técnicos del espectáculo y, por último, administrar los ingresos.
Este ciclo comienza cuando se estrena el espectáculo y termina con la última función. "En la explotación se determinará el ciclo de vida del espectáculo, es decir, su duración y rendimiento económico en el tiempo".(6)

Elementos a tener en cuenta para la circulación del espectáculo

- La **obra**. Para generar discursividad sobre una obra teatral, en primera instancia debemos tener en claro las características de la misma (teatro, performance, ópera, ready-made, etc). También es necesario tener en cuenta la dinámica del evento (si está acompañado de una cena, de una exposición de artes plásticas, si está en un espacio en donde convive con otras expresiones, etc.).
- Su **posicionamiento**. Por otro lado es necesario tener en claro el posicionamiento de este producto: si es una producción emergente, si se trata de artistas consagrados, si tienen apoyo de la prensa en producciones anteriores, si han ganado premios, distinciones, si han participado de circuitos de festivales y de qué características, etc. No será lo mismo trabajar sobre un producto que ya cuenta con un nombre y un reconocimiento previo, que trabajar sobre el posicionamiento del mismo. Las estrategias varían y los recursos que necesitamos para estas dos tareas también.

(6) G. Shraier. 2006. Pág. 21.

- Su **calidad**. En el caso que el espectáculo cuente ya con críticas especializadas, estas habrán hecho una evaluación sobre la calidad del espectáculo. Esta valoración, en el caso de ser de índole positivo, puede ser utilizada como soporte para la promoción de la reposición de este espectáculo. Es muy común ver en la difusión de espectáculos frases escritas por la crítica especializada de medios masivos que hablan sobre la calidad del mismo. Esta estrategia se propone encontrar respaldo en las palabras del crítico y dar un piso de certidumbre sobre el producto que se ofrece.
- Qué ofrece de **nuevo**. Si bien el concepto de lo nuevo responde a una idea moderna de progreso, y dado que consideramos que lo nuevo ya no tiene cabida desde la perspectiva de un origen nuevo sino más bien como un nuevo punto de llegada, esta diferencia se diluye en la mirada del público, que simplemente se pregunta qué hay de nuevo en este espectáculo. Comúnmente el público responde rápidamente a la promesa de novedad, debido, quizás, a una necesidad de consumir esos productos para estar más cerca de lo nuevo que de lo viejo.

  Sin ser ingenuos entonces, sino utilizando a nuestro favor esta característica del consumo de los espectáculos, resulta posible pensar acerca del grado de innovación que representa la obra que vamos a difundir respecto a la propia disciplina y al mercado en términos generales. En este sentido, puede significar innovación un texto de un dramaturgo contemporáno y, en este caso, podemos dar el ejemplo actual de Sarah Kane, una autora inglesa fallecida muy joven, con una textualidad muy intensa y revulsiva, que está siendo representada como lo nuevo en textos teatrales en el mundo. Otras veces lo nuevo viene de la mano de la tecnología, o del uso del espacio escénico. Tanto en un caso como en el otro, es bueno aprovechar la expectativa que produce en cuanto a que el público se enfrenta a una experiencia diferente.
- Qué **precio**. Cuando vamos a definir qué precio tendrá la entrada del espectáculo, es fundamental hacer un análisis acertado sobre el circuito en el cual nos estamos enmarcando, el espacio en el que daremos el espectáculo y el potencial público al que nos dirigimos. Si estamos produciendo una ópera en un espacio oficial, con una gran pro-

ducción y sólo realizaremos dos o cuatro funciones, es bastante diferente a si hacemos una obra de teatro independiente, en un espacio también independiente, con la idea de hacer una temporada de dos meses de dos funciones por fin de semana. El precio de la entrada, además, nos podrá dar una idea de la recuperación de la inversión realizada. En cuanto al plan de difusión, también está íntimamente ligado, por un lado, al precio de la entrada y, por otro, a los auspiciantes que adhirieron al espectáculo. Aquí debe hacerse una seria evaluación de riesgos.

- Diseño de **Imagen**. El público tiene una primera impresión de la obra transmitida por la imagen que fue diseñada para su difusión. Muchas veces esa imagen dice más de lo que creemos. A partir de visualizar la imagen de un espectáculo, podemos tener una ida (cierta o no, eso dependerá del acierto del trabajo sobre la imagen) una cantidad de datos sobre la obra: si es profesional o no, dentro de qué estética se enmarca, en qué aspecto se pone el acento, si es un trabajo serio o no (esto se revela fundamentalmente en el texto más que en la imagen), etc. Hay incluso un pensamiento, al que no necesariamente adhiero pero reconozco que se repite en los espectadores, que considera que en la gráfica de una obra se ve la inversión que se ha hecho en ella, asociando inevitablemente inversión económica a calidad del espectáculo. Todos estos aspectos nos revelan la profunda necesidad de tener en claro la imagen que se quiere transmitir y de qué manera será leído por el público.

El espectador como parte del espectáculo

Algunas instancias de estudio sobre el público han sido encuestas empíricas sobre la composición del público, educación, nivel de ingresos, clase social, competencia teatral, etc. Sin embargo, Duvignau en 1965 ya advertía el problema respecto a los estudios que se ocupan de las composiciones numéricas de la conformación del público, sin interesarse en qué motiva al espectador ir al teatro y las implicancias de la participación en cuanto a "co-productores" del espectáculo(7). De hecho, según Anne

(7) En Sociología del Arte, Editorial Península. 1969

Ubersfeld, el espectador es "el otro participante vivo de la representación teatral".(8)
Debemos considerar que los mismos textos, en condiciones diferentes, son leídos de modo distinto a las condiciones primeras de producción. De la misma manera, el tiempo en el que se realiza la representación posee relaciones distintas con el contexto social en el cual se enmarca; el horizonte de expectativa de los espectadores es siempre distinto; los espacios de indeterminación de los textos son leídos también según las competencias de los espectadores. También varía la relación entre la intención de los productores y la recepción. Esto pone en evidencia que los vínculos entre el teatro y lo social son sumamente dinámicos. No obstante, no podemos pensar el teatro como un reflejo de lo social, sino que, de manera inversa, podemos rastrear ciertas marcas de lo social en las condiciones de la producción, circulación y recepción de las obras.
Por todo esto, si somos productores de una obra tendremos que realizar, cada vez que ésta suba a un nuevo escenario, un estudio o análisis sobre las estrategias comunicativas más acertadas para desarrollar, de acuerdo al contexto en el que se sitúa. Si estamos produciendo un espectáculo de Danza Butoh (por llegar a un extremo problemático), puede que con sólo anunciarlo de esta manera en una ciudad con trayectoria formativa y profesional, genere una buena relación con el público interesado (porque, de hecho, hay un polo de interés en esa manifestación). En cambio, si vamos a Camilo Aldao (un pueblo del sur cordobés de pocos habitantes) con un espectáculo de esas características, quizás lo más acertado sea difundir por diferentes medios de qué tipo de espectáculo se trata, sus características, la historia de esta danza, etc., porque se casi seguro que no nos encontraremos con un público enterado y sensible sobre el tema.
La "comprensión" de un espectáculo por parte del público está fuertemente ligada a la competencia teatral que el espectador posee, definida ésta como el "conjunto de presupuestos (conocimientos, actitudes, habilidades, motivaciones) que ponen al espectador en condiciones de seguir (más o menos bien, evidentemente a distintos niveles y con diferencias y resultados posibles) las operaciones necesarias para la actualización semántica y comunicativa del espectáculo".(9)

(8) En Diccionario de Términos claves del análisis teatral, Editorial Galerna, Buenos Aires; 2002, pág. 52.
(9) Marco De Marinis, en Comprender el Teatro. Editorial Galerna, Bs.As. 1997. Pág. 30.

La problemática más importante hoy en ciudades de más de un millón de habitantes, con escuelas, teatros, tradición teatral, centros universitarios, etc., no radica ya en la comprensión del espectador, sino más bien en las posibilidades comunicativas que cada propuesta posee. Suele darse que a mayor grado de experimentación, menores recursos para desarrollar la comunicación previa al espectáculo se poseen. Si bien esta no es una regla exacta, podemos ver de manera recurrente aspectos que van en contra no ya de la comprensión, sino más bien del estímulo del espectador para disponerse a asumir su rol, y de la falta de información sistemática y continua que otorgue confiabilidad a lo que va a ver. De todas maneras, lejos estoy de pensar que el indicador más importante en la gestión sea la cantidad de espectadores, ya que considero que las disciplinas encierran en sí mismas sentidos y procesos mucho más profundos y vitales, que exceden el solo hecho de una función en un especio determinado. Ocurre frecuentemente que pocos recuerdan ciertas funciones de teatro de hace veinte años, pero esos pocos quedaron tan impactados por esos trabajos que lograron transmitirlo de una generación a otra y esas obras y esos grupos, quedaron en la historia, como un mito que preserva algo importante de lo que significa la experiencia teatral. Eso también es capital simbólico, aunque pocos lo reconozcan.
Es importante saber que nos encontramos en un momento histórico que ha roto con la idea de *genio*, que se ha peleado con los lugares de consagración y exhibición que se presentaron a principios de siglo XX como necesidad latente de la modernidad. Luego de que la modernidad perdió su proyecto, la relación del público con el arte es de otro tipo, porque las relaciones dentro del mismo campo del arte han cambiado. Hoy ya es complejo definir qué es arte y qué no, del mismo modo que no es posible enmarcar disciplinalmente ciertas manifestaciones. La idea de genio se ha visto suplantada por la idea de *famoso* o *celebridad*, quien por apoyo mediático llega de alguna manera a ser una especie de gurú indiscutible, logro que, por supuesto, trae aparejado un vínculo con el dinero. Los medios venden sus espacios y, por lo tanto, el prestigio es para los artistas de la industria una moneda de cambio. Sin embargo, salvando esta franja de "artistas" con fama, el resto del arte transcurre en una oscuridad

homogénea que aparece difícilmente diferenciable para el potencial público.
Si bien aún no podemos hablar de una democratización en el acceso a la información, menos aún en América latina, sí podemos hablar de cambios sustanciales en la constitución de los lenguajes en relación con las nuevas tecnologías. Esta experiencia, aunque parezca obvio decirlo, ha modificado sustancialmente la percepción del hecho artístico. La mirada del arte sobre el arte mismo ha permitido movilizar las fronteras de las disciplinas, planteando un deslizamiento hacia experiencias artísticas donde se plantea un corrimiento productivo. Hoy podemos hablar sin conflicto de un actor-bailarín en el teatro-danza o en el teatro antropológico, o de la relación espacio y sonido en el caso de la ópera contemporánea.
Al mismo tiempo, esta complejidad en la que nos vemos inmersos contempla diversidad de propuestas, espacios de múltiples características que pueden ser utilizados para un espectáculo escénico (desde un bar, un hangar, la vía pública, un medio de transporte, una sala alternativa, o un teatro a la italiana). Nos plantean un vínculo que necesita ser mucho más estrecho. En este sentido, las estrategias varían mucho: están los elencos que venden funciones para escuelas y de esa manera se garantizan funciones a sala llena -aunque a un bajo costo por entrada; aquellos que se manejan con públicos muy especializados; los que venden funciones a entidades estatales; y están, como siempre, los que trabajan a público abierto todos los fines de semana en pos de fidelizar lentamente a un público que esté en búsqueda permanente de nuevas manifestaciones.
En la década del '80 Marco de Marinis, en su libro *Comprender el teatro*, comentaba la experiencia realizada en Holanda, donde a través de estudios neurofisiológicos se proponía medir las reacciones clínicas de los espectadores frente al estímulo del espectáculo para comprobar si había uniformidad en la respuesta. Los resultados fueron devastadores, ya que no sólo variaban de acuerdo a cada espectador, sino también surgía la necesidad de contemplar las variables que sucedían en el espectáculo cada noche, las situaciones personales, las competencias, el clima, las fallas técnicas, etc. Esto nos ha demostrado, hace tiempo, que cualquier estudio que intente definir al espectador en términos de causa-efecto debe ser

cuestionado o, al menos, sospechado en términos de factibilidad técnica y práctica. Se parte de un error cuando se habla del público en singular como si fuera "una entidad". En realidad, estamos hablando de públicos, en plural, con subjetividades, motivaciones personales, algunas encontradas y otras no, pero bastante difíciles de definir.
Stanislavsky tenía una visión del público que se transformó en una frase hecha que refleja de manera contundente la complejidad de lo que estamos hablando: "en ese hueco negro, se alberga el monstruo de las mil cabezas". Lo interesante de esa frase es que une, en términos de objeto, al público, "el monstruo", al mismo tiempo que las mil cabezas plantean la pluralidad, la subjetividad, lo indefinible.

Circulación

La **distribución**. Un tema importante y que no siempre se establece con anterioridad al estreno, es la distribución de la obra en diferentes circuitos. Esta planificación a largo plazo permite vincular a los integrantes del equipo de trabajo en un tiempo extendido, previendo la disponibilidad y deseo de participar en esas posibles presentaciones.
Es importante pensar en un plan de distribución que contemple festivales (donde la propuesta tenga cabida por su línea estética) y giras nacionales e internacionales. Para una buena distribución del espectáculo es necesario contar con material de difusión de calidad listo como carta de presentación, sintético y atractivo, que destaque a simple vista las características, virtudes y trayecto del trabajo. Para el diseño de las estrategias de distribución, es indispensable tener un conocimiento claro de todos los circuitos que están funcionando y del modo en que los mismos operan, al tiempo que contar con contactos específicos para poder llegar a instancias de intercambio. Siempre es bueno tener una base de datos de prensa que no se acote a los medios e instituciones establecidas en la misma ciudad en la que se realizará el estreno. Contar con una base de datos internacional, específica, que llegue a programadores de festivales internacionales, a espacios de expectación de otras ciudades del país y del mundo, etc., hacen que el producto forme parte del imaginario artístico.

3.4. El financiamiento de proyectos independientes

Qué es la autogestión

La autogestión de recursos es el modo de producción que asumen aquellos colectivos de artistas que no pertenecen a un espacio oficial y que no son financiados por ningún productor comercial. La autogestión surge a partir de la ausencia de recursos previamente destinados para la producción artística que se quiere llevar adelante.

De todos modos, vale decir que esta no es la única razón por la cual se decide encarar un proyecto desde esta perspectiva, de lo contrario estaríamos aportando una visión parcial de las decisiones que preceden a la producción de una obra. La falta de ligaduras económicas estables, es decir, el hecho de no estar enmarcado en una institución ni dependiendo de un inversor capitalista, significa para la mayoría de los productores independientes, poder tomar decisiones estéticas, políticas e ideológicas sobre el propio trabajo. Si bien muchos se preguntan ¿por qué determinada producción que recibe un subsidio estatal se llama independiente?, la respuesta es que la independencia no es sólo de índole económica, también es de carácter ético y estético. Una entidad estatal que otorga un subsidio no tiene en absoluto injerencia sobre nuestro proyecto, a lo sumo corrobora que el planteo que hemos realizado se lleve a cabo de la manera en la que fue comprometido y que se realicen funciones establecidas con la difusión del apoyo otorgado. Ejerciendo este deber que tiene el Estado de aportar al desarrollo de la cultura, ya que la cultura es un bien social, es que los productores independientes están en condiciones de recurrir a estrategias mixtas de financiamiento logrando de esta manera la autonomía del proyecto y garantizando que la marca, la impronta, la identidad de la producción artística, no quede sometida a intereses que exceden lo artístico.

Muchas veces el proceso creativo antecede a un cronograma de producción, dado que la obra puede desarrollarse a partir del trabajo en equipo con los actores. De esto deviene que las necesidades para la producción del espectáculo surgen al mismo tiempo que éste se va desarrollando. El

proceso de producción, por tanto, acompaña el proceso creativo y se van alimentando y dialogando.

La gestión de recursos puede asumir diferentes modalidades: financiamiento por parte de una institución vinculada directamente al proyecto, coproducción, patrocinio, subsidios de diferentes estamentos gubernamentales (municipio, gobierno, nación), recuperación de fondos por porcentaje de boletería, obtención de premios que otorgan financiamiento para el desarrollo de los proyectos, canjes, préstamos, auspicios, etc. El abordaje de cada una de estas alternativas requiere de una producción discursiva particular, ya que los intereses de los interlocutores para apoyar los proyectos tienen origen diverso. En toda gestión los actores de la misma son conscientes de los mecanismos de legitimación que privilegia cada interlocutor y por lo que se somete tanto a la obra como al autor de la misma a la evaluación de manera sistemática.

Normalmente ocurre que todas estas estrategias se combinan generando un flujo diverso de fondos, pero también discontinuo. Un ejemplo de esto son los subsidios otorgados por el municipio, la provincia o la nación, que suelen estar disponibles una vez estrenado el espectáculo, pero comprometen a los productores a cumplir tiempos estipulados para el estreno y cantidad de funciones de la obra. Los fondos asignados adquieren entonces carácter virtual y no se puede contar con ellos para la producción ya que llegan con posterioridad y, por esa razón, son generalmente asignados para cumplir con magros honorarios para los integrantes del colectivo artístico.

En el caso de los grupos, muchos de ellos trabajan en diversas actividades (talleres, prestación de servicios en eventos y producción artística) con el fin de generar recursos que permitan que el grupo siga trabajando conjuntamente, genere medios de subsistencia mínimos para sus integrantes y puedan, por tanto, seguir juntos realizando producciones que identifiquen al colectivo en su búsqueda artística. De todas maneras, cuando se opta por esta estrategia comienza a surgir el conflicto de que el mercado se *traga* el tiempo, y no necesariamente el dinero reditúa en mayores posibilidades de trabajar sobre la propia obra. Gonzalo Marull, Dramaturgo y Director cordobés que trabaja en este terreno dual, reflexiona al respecto:

"Uno está en este trabajo donde se consigue dinero todo el tiempo pensando en ese dinero, y en que traerá más de lo mismo (o sea más dinero) y que al final se va a estar más tranquilo para hacer lo tuyo. Pero vas evaluando y te das cuenta que el tiempo para hacer lo tuyo empieza a desaparecer" (entrevista realizada el 4 de octubre de 2005).
Otras modalidades que se presentan son los directores que convocan elencos no rentados con el compromiso de compartir las ganancias de premios, subsidios y bordereaux o los grupos que convocan a actores invitados a quienes les pagan ensayos y funciones.

3.5. La problemática de la difusión

3.5.1. El campo y sus reglas

El campo de las artes escénicas tiene reglas propias. Cada una de ellas actúa ejerciendo una fuerza que genera tensiones. Lo que se dirime en el campo es la capacidad de los agentes por imponer el sentido del juego. Esto es, quién dispone de qué se está hablando hoy cuando se nombra a las artes escénicas. Es la capacidad de manipular ese imaginario, de imponer prioridades, imperdibles, tendencias, formaciones, etc. En cada momento histórico pueden diferenciarse posiciones que de acuerdo a sus características se definen como lo emergente, lo residual y lo hegemónico. Poder identificar el lugar que ocupa cada una de las manifestaciones con las que tenemos oportunidad de trabajar como gestores, nos permite generar estrategias de acuerdo al lugar que se ocupa y el que se aspira a ocupar.
Por ejemplo, una obra realizada por un grupo de teatro emergente, naturalmente se inscribe dentro de un circuito off o alternativo. Pero si se da el caso que el grupo quiera acceder a otro público y a espacios más ligados a lo dominante (espacios oficiales o comerciales), será necesario aplicar estrategias no sólo de difusión sino también de posicionamiento en el imaginario cultural dominante. Esto quiere decir, que por más que utilice todos los medios de difusión masiva a disposición, si no reconozco el problema de ese grupo, -que no es reconocido por el imaginario masivo-,

no tendré el éxito esperado con los medios utilizados. Es muy posible que el único público que se sienta convocado sea el mismo que sabe de qué propuesta le estamos hablando. Por lo tanto el trabajo del gestor será no sólo disponer recursos para la difusión masiva que requiere un espacio de convocatoria masiva, sino el modo en el que serán empleadas estas herramientas de acuerdo al conocimiento del juego que se está jugando. No sólo tengo que comunicar el lugar y el día del espectáculo, sino también tratar de encontrar el modo de generar interés y capitalizar las particularidades del trabajo, en un discurso que genere inquietud y movilice al público a querer conocerlo.

La comunicación del espectáculo

La comunicación del espectáculo es fundamental en varios sentidos. El trabajo de difusión deberá ser planificado en estricta relación con los objetivos planteados en el proyecto. El plan de difusión idealmente debe realizarse con tres meses de antelación a la fecha de estreno de la obra. Es el momento de la selección de los elementos que serán comunicados al potencial público. La selección de los mismos debe responder por un lado a un criterio estratégico (por ejemplo: si en el imaginario de la ciudad en que se va a representar el espectáculo la figura conocida es el director, pues será su nombre el que se utilice para la difusión) y por otro, tratar de definir de manera simple, clara pero a la vez respetuosa del trabajo, un texto que hable sobre las características cualitativas del espectáculo. Este texto deberá adaptarse al soporte y medio en el que sea realizada la difusión: mails, radio, tv, prensa gráfica, etc.

Elementos necesarios para trazar un plan de difusión:

- Tener en claro los objetivos del espectáculo
- Disponer de información a cerca del espacio y en donde será representada la pieza (cantidad de localidades, confort para el público -refrigeración, bar, etc-, tipo de público que normalmente asiste a ese espacio, etc.)

- Cantidad de funciones que se realizarán, días y horarios de las mismas
- Precios de las entradas, descuentos en el caso que los haya, disponibilidad de entradas libres para marketing en medios e invitados especiales
- Tener claridad sobre si se trata de un estreno o una reposición y si el espectáculo ya cuenta con críticas que hablen sobre él
- Conocimiento acabado sobre la obra (género del espectáculo y público al que va dirigido, duración, personas que participan y trayectoria de las mismas, trayectoria del grupo en la medida que se trate de un colectivo con años de trabajo conjunto, etc.)
- Disponer de una sinopsis de la obra
- Disponer de material fotográfico de la obra y el elenco, como así también material audio visual en caso que se realicen acciones de difusión en televisión

La elección de piezas gráficas, sus características y su ruta de distribución, tendrá que guardar relación con dos aspectos mencionados anteriormente: el cumplimiento de los objetivos trazados por el proyecto y los recursos asignados para difundir. En este sentido, cuando los recursos son escasos, es necesario plantearse en qué medida hay disponibilidad para el aprovechamiento de piezas gráficas. Si se cuenta con la posibilidad de imprimir afiches de reducido tamaño (A3, A4), que serán pegados en lugares con alta contaminación visual y poca perdurabilidad del material (por que pegan otros afiches arriba al día siguiente), quizás sea más acertado evitar esa pieza gráfica, o realizar una cantidad reducida de afiches para ser pegados en lugares estratégicos y dedicar más presupuesto a la realización de volantes que pueden encontrar en otros teatros, hoteles y la vía pública, espacios más receptivos y seguros para su distribución. Hay que pensar en las legislaciones vigentes que regulan el pegado de material gráfico en la vía pública, para evitar posibles inconvenientes, como multas por ejemplo.
El encargado de la difusión será el que establezca las fechas límite para la entrega de materiales para su diseño, corrección, impresión y distribución.

Organizadores, Apoyos y Auspicios

Es importante definir, antes de comenzar a trabajar en la campaña de difusión, la participación e imagen tanto de las instituciones que patrocinan el proyecto, como de aquellas que apoyan, auspician, etc. Esto deberá ser pautado con claridad y debe tener desarrollo en todos los aspectos de la difusión: cómo figurarán los logos, de qué tipo de apoyo se trata cada uno, quién es el que realiza el proyecto, en qué medios tendrán presencia qué nombres, etc. Tener claridad en este aspecto, evitará errores y malos entendidos que una vez lanzada la difusión son muy difíciles de resarcir.

3.5.2. Lugares dentro del campo. Relacionarse con las instituciones

Si bien la efectividad de una obra en el mercado otorga cierta legitimidad dentro del campo teatral, el campo tiene sus propias reglas de juego. La palabra que define la efectividad dentro del campo es la legitimación, que plantea por excelencia la objetivación de la mirada de las instituciones legitimantes sobre la producción y trayectoria de los artistas. La legitimación plantea entonces un diálogo con lo institucional, un modo de subirse al engranaje planteado por las instituciones y un ponerse a disposición de ser evaluado y posicionado en el campo por aquellos que promueven, evalúan y, por último, dictaminan el lugar que ocupa cada agente. Este es el valor que tradicionalmente tuvieron en la cultura los mecanismos de legitimación. El problema de la lucha simbólica, que no es otra cosa que la lucha por el sentido pero con consecuencias fuertemente económicas.
Las instituciones son las que determinan la distribución de los medios materiales, lo cual varía significativamente en distintos momentos políticos y sociales. Las instituciones ejercen una gran influencia sobre el proceso social, y aunque no puede determinarse que éstas constituyan una hegemonía orgánica, sus políticas son comúnmente la causa de tensiones y luchas dentro del campo en el que ejercen su influencia. La pregunta más evidente para hacerse es ¿con qué criterios se subsidia, se premia, se reconoce una línea de trabajo como el surgimiento de algo nuevo? Las

instituciones son dirigidas por sujetos y éstos, indudablemente, trasladan una impronta personal que se mantiene a veces tan sólo mientras dura su ejercicio dentro de la institución.
Lo importante para saber con qué instituciones establecer contacto son ciertos puntos fundamentales:

- Reconocer las líneas de financiamiento existentes y a qué disciplina corresponden;
- Evaluar si en una misma institución es factible gestionar financiamiento de diferentes aspectos de un mismo proyecto: por ejemplo, puede que se otorguen financiamiento para producción de obra y al mismo tiempo para asistencia técnica en algún área específica (técnica, dramaturgia, escenografía, etc);
- Tener en cuenta los plazos de presentación y de la evaluación del proyecto y evaluar si los plazos son compatibles con el desarrollo del proyecto: cuándo se dispondrá de los fondos y qué obligaciones implica la aceptación del subsidio;
- Incompatibilidades. Es importante prestar atención a las incompatibilidades que implican ciertos subsidios.
- Requisitos. Tener en cuenta los requisitos para acceder al subsidio, ya que puede haber restricción de edad, cantidad de integrantes de un grupo, género, extensión del trabajo, etc.
- Legalidad. Tener en cuenta si el colectivo cuenta con los aspectos formales indispensables para percibir los fondos en el caso que sean asignados y evaluar los costos de estos. Me refiero al modo en que se va a facturar, la disponibilidad de cuenta bancaria, si se pretende facturar a través de una asociación u otra figura legal, que la misma cuente con los balances y renovación de autoridades al día, etc. A esto se suman los trámites de inscripción de obras, pago o cesión de derechos de autor, etc.
- Relación entre instituciones. Pensar en la relación entre instituciones que estén financiando el mismo proyecto. Es importante pensar que si el proyecto logra apoyo de más de una institución ambas estén dispuestas a figurar conjuntamente en el proyecto. En el caso que no se

cuente con esta información, y si lo que se obtiene es un apoyo fuera del marco de un subsidio, es importante informar a la institución con qué aportes cuenta ya el proyecto.

- Jerarquía que pueda tener mi proyecto dentro de la institución. Es necesario evaluar el tipo de apoyo que puede ser obtenido de acuerdo a la trayectoria que tiene el grupo, el director, etc. Tener claridad sobre este punto puede ser fundamental para lograr un subsidio. Por ejemplo, hay subsidios que están pensados para el estímulo de grupos de reciente formación, o para la puesta de dramaturgos jóvenes, otros que buscan reconocer la trayectoria, etc. Recomiendo ingresar a la página www.inteatro.gov.ar y leer los formularios de los subsidios para reconocer las diferencias entre uno y otro.
- Instituciones que jerarquizan. Muchas veces no sólo nos presentamos a una instancia propuesta por una institución por el beneficio económico que esta implica, sino también por la jerarquía que puede otorgarnos. Cada vez que nos lanzamos a la arena de la producción es necesario indagar cuáles son los agentes que legitiman un espectáculo y cómo éste, con determinados vínculos, logra un mejor posicionamiento. Inclusive aún espectáculos que se presentan como "herméticos" a los cuales asiste una pequeña cantidad de público, pero que por cierto apoyo de la crítica especializada o de ser reconocidos por cierta institución, acceden a un reconocimiento que los hace ingresar a una cadena de plus valor que se reproduce cada vez con mayor velocidad. En este sentido, es importante volver sobre el punto que algunas propuestas no son para públicos masivos, pero por su capacidad de aportar a la propia disciplina forman parte de aquellas producciones que ingresan a festivales, premios, etc.

Para una gestión de las artes sonoras

por Lic. Santiago Giordano

Santiago Giordano. Se diplomó como maestro de guitarra en el Conservatorio Stanislao Giacomantonio de Cosenza (Italia) y consiguó el Diploma Superior en la Academia Lorenzo Perosi de Biella (Italia), con Angelo Gilardino. Obtuvo la licenciatura en Educación Musical en el Instituo Pareggiato Orazio Vecchi de Modena (Italia). Estudió composición con Giovanni Indulti y Franco Donatoni, direccón de orquesta con Piero Bellugi y dirección coral con Adriano Martinolli. Como concertista ha desarrollado una intensa actividad, como solista y en grupos de cámara. Autor de numerosos ensayos sobre los más variados argumentos musicales, desde el jazz, el tango y los cruces entre música culta y música popular hasta estéticas de las vanguardias, publicados en revistas especializadas de Europa y América. Fue Coordinador General del Teatro del Libertador San Martín (2002-2003). Actualmente es docente de Historia de la Música y Apreciación Musical en la Escuela de Música La Colmena y en la Escuela de Comunicación Audiovisual La Metro y se desempeña como crítico musical del diario La Voz del Interior.

Generalidades

Tan cercana, tan usual, tan útil, tan conocida. Por estar siempre y en todos lados, la música, en sus distintas formas, es uno de los bienes culturales más ligados a lo cotidiano. En mayor o menor medida, todos tenemos una historia musical que se desarrolla paralelamente a nuestra historia afectiva y social, o que decididamente forma parte de ella. En este sentido, todos sabemos de música y cada uno tiene su propia visión sobre lo que es -o debería ser- "la" música.

Pero más allá de su presencia habitual y del lugar que ocupa en nuestra cotidianeidad, la gestión de la música como objeto cultural demanda, antes que nada, una relación objetiva con ella. Es decir, un conocimiento acabado de sus múltiples aristas, de sus aspectos estéticos e históricos, de su alcance social y de sus dimensiones comerciales: de cómo la música que escuchamos llega a nosotros, pero también de cómo la que no escuchamos, no llega. Este conocimiento implica, inevitablemente, el abordaje desde una perspectiva histórica, como manera de explicar su actualidad y medir sus potencialidades.

Apuntes para una aproximación al objeto música

Por diversas razones, el entorno sonoro influye de manera determinante en nuestra existencia cotidiana. Todos vivimos inmersos en un ámbito en el que continuamente retumban eventos sonoros, que percibimos aún de manera inconsciente y nunca dejamos de escuchar. Sonidos que, más o menos secuenciados por el hábito y la costumbre, hasta podrían incluirse en algunos de los conceptos de música existentes, por ejemplo:

> Todo sonido es lo invisible bajo forma de perforador de coberturas (...) Inmaterial, franquea todas las barreras. El sonido ignora la piel, no

> sabe lo que es un límite: no es externo ni interno. No puede ser tocado: es lo inasible. Lo contemplado puede ser abolido por los párpados (...) Lo que es oído no conoce párpados (...) Indelimitable, nadie puede protegerse de él (...). Es el violador. El oído es la percepción más arcaica en el decurso de la historia personal.(1)

Aun planteadas desde cierto recelo -no exento de encono-, estas palabras del filósofo francés Pascal Quignard nos acercan a la idea de cuánto el sonido es capaz de dominarnos y hasta qué punto estamos indefensos ante lo que el autor considera "ataques". Más optimista y constructivo, el compositor y pedagogo canadiense Murray Schafer asegura:

> La única protección del oído es un elaborado sistema psicológico que filtra sonidos indeseables para permitir que nos concentremos en aquello que deseamos escuchar.(2)

Este paisaje sonoro involuntario, muchas veces agresivo y a menudo recargado -contaminado-con lo que no deseamos ni necesitamos escuchar, es la base sobre la que normalmente se desarrolla nuestra relación con lo cotidiano, donde seguramente la música, ya como un algo conceptualizado, ocupa un lugar importante. El ruido de fondo es en distintas formas el condicionante de nuestra escucha. O mejor dicho, de nuestras diversas maneras de escucha, que sucesivamente se verán condicionadas, principalmente, por cuestiones que tienen que ver con la producción y la funcionalidad de la música como objeto industrial.
De esta forma, la música, ya como artefacto concebido para el consumo, asume entre sus alcances una multiplicidad que podría explicarse a partir de las variadas maneras con las que es concebida y percibida. Cada una con sus diferentes formas de escucha y fruición.

Preguntas de gestión

En este contexto, una de las dificultades primarias que un interesado en lo que llamamos Gestión Cultural podría encontrar en su actividad, es la de

(1) Pascal Quignard, El odio a la música. Editorial Andrés Bello, Chile 1998.
(2) R. Murray Schafer, Limpieza de oídos. Ricordi, Buenos Aires 1969.

definir con cierta precisión los conceptos sobre los cuales deberá trabajar para determinar un campo de acción. Es decir, establecer los límites y las formas de los materiales de su trabajo, clasificarlos para comprenderlos y así poder direccionar su empleo de la mejor manera.
En el caso de la música -término que podríamos ampliar en el concepto de 'artes sonoras'-, el problema de la variedad y diversidad se magnifica de tal manera que a menudo supera los límites de la propia materia y, para explicarse -o justificarse-, necesita extenderse hacia aspectos que más allá de cuestiones estéticas involucran ámbitos culturales y sociales, y conductas derivadas.
Por lo tanto, cuando un gestor cultural se propone abordar una producción -un espectáculo, un concierto, una obra editorial, una entrega de premios- que tenga a la música como parte integrante, deberá plantearse, antes de iniciar su trabajo, algunos interrogantes.

- ¿A quién se dirige habitualmente esa música?
- ¿Cuáles son sus características de producción?
"- ¿Qué función cumplió históricamente y qué función podría cumplir en el contexto de producción actual?
- ¿De qué manera puede impactar en el público?
- ¿Qué espacios empleó tradicionalmente y qué espacios necesita en la actualidad?
- ¿Quién sostiene materialmente su existencia?
- ¿Cómo y de qué forma se la difunde?

Algunas respuestas -o por lo menos principios de orden- a estos interrogantes, podrían encontrase en las cuestiones de gusto y en la clasificación por género, dos grandes principios ordenadores socialmente instaurados, que de diversas maneras organizan el consumo musical actual. Gusto y género son las referencias inmediatas a las que se hecha mano a la hora de establecer una relación con una música.
Aparentemente, la clasificación por géneros propone una relación más objetiva, estableciendo principios de clasificación a partir de datos de la realidad; mientras que un acercamiento a la música a través del gusto

estaría condenado de antemano por su evidente subjetividad. Sin embargo, veremos que género y gusto son conceptos en los que lo objetivo y lo subjetivo intervienen de distintas maneras. Y que para definirlos no sólo se apela a valores musicales y estéticos, sino que están presentes -explícita o implícitamente- características sociales del grupo consumidor, modas, necesidades y funcionalidades, entre otras cosas.

La primera parte de este texto intentará acercarse a una definición del concepto de gusto, partiendo de construcciones históricas y sociales. El recorrido propuesto necesitará definir otros conceptos: valor y juicio estético, cultura y arte, finalidad expresiva de la música, gusto y estilo, modalidades de escucha, formas de legitimación de las experiencias musicales, pertinencia de la crítica.
Luego, se abordarán cuestiones relacionadas con la idea de género y estilo como herramienta para la clasificación de las músicas. Se evaluará la importancia que el concepto de originalidad asume a partir del siglo XIX, y que durante el siglo XX deviene en una nueva *civilización musical* que multiplica los géneros y tribaliza los públicos.
Una vez definidos estos conceptos cardinales para la exposición, podremos acercarnos a una definición de música. Entonces se advertirán las dificultades teóricas que se plantean ante una empresa de este tipo. Y descubriremos que en ese conflicto radica la esencia de la música.

Cuestiones de gusto

Es posible que las músicas que amamos -es decir las que de una manera u otra nos identifican y por lo tanto nos representan socialmente- no sean fuente de certezas estéticas indiscutibles ni de valores ejemplares. La misma música que en algunos podría ser motivo de placer, satisfacción, goce -pensemos en receptores responsables-, para otros podría despertar incertidumbre, duda, ambigüedad, imprecisión.
Todos alguna vez hemos tenido que escuchar a personas que sostienen sus gustos musicales de manera intransigente, y que tienden a incluir dentro del concepto de "buena música" sólo aquello que ellos escuchan, es

decir, lo que corresponde a sus expectativas, sus deseos y sus necesidades (¡ignorando que también lo que nosotros escuchamos es "buena música"!). ¿Existe un criterio imparcial a partir del cual sea posible convencer a alguien de lo contrario? ¿Existen herramientas que configuren un juicio estético "objetivo"?
Una respuesta parcial podría indicar que existen instrumentos para explicar esta multiplicidad de los gustos; en este sentido, será provechoso recurrir a algunos criterios sociológicos y antropológicos. Por lo pronto, se hace necesario optar, una vez más, por alguna de las múltiples acepciones de cultura, estética y arte.

Autonomía de la estética y cultura

Las formas de arte no constituyen un dominio autónomo, como ya se viene repitiendo a lo largo de los capítulos anteriores, sino que son uno de los distintos modos con los que se manifiesta la cultura humana, en sentido antropológico. El antropólogo Clifford Geertz define a la cultura desde la perspectiva de la supervivencia de la especie. Desde esta perspectiva, la cultura se manifiesta fundamentalmente en la manera de regular los intercambios humanos, instaurando normas y creencias capaces de ordenar las relaciones entre individuos y grupos, y dando sentido al mundo de las relaciones sociales:

> En los animales inferiores los modelos de comportamiento se dan según su estructura física. Al hombre corresponden capacidades innatas de reacción que lo regulan con menor precisión. Si no estuviese guiado por modelos culturales -sistemas organizados de símbolos significantes- el comportamiento del hombre sería ingobernable, un caos de acciones sin objeto, de emociones tumultuosas. La cultura, la totalidad acumulada de estos modelos no es un ornamento de la existencia humana, sino una condición esencial para ella.(3)

Es decir, cada acción humana persigue un objetivo, y la cultura nos permite actuar de manera que otros entiendan ese objetivo, elegir nuestras

(3) Clifford Geertz, Interpretazione di cultura. Il Mulino, Boloña 1987.

acciones sobre la base de modelos regulados y compartidos. En este sentido, la cultura tiene finalidades expresivas, su objetivo es poner en evidencia, a través de sistemas organizados de símbolos significantes, las normas, los valores, las creencias que una sociedad tiende a afirmar.
Además de un sentido expresivo, todo objeto cultural posee un sentido instrumental. Durante siglos las producciones artísticas estuvieron orgánicamente ligadas a la vida de una sociedad, se integraron con otras actividades -religiosas, políticas, domésticas-, sin distinguirse sustancialmente de ellas. En Occidente, las artes ganaron su autonomía en un período preciso de la historia. La estética, como ciencia de lo bello, se consolidó en el siglo XVIII, cuando la importancia de los objetos de arte y de sus autores adquirió un peso determinante en la vida cotidiana de las clases aristocráticas. La autonomía del arte respecto de otras funciones sociales se convirtió, entonces, en un problema filosófico específico.
Fue el filósofo Alexander Gottlieb Baumgarten(4) quien empleó el término estética por primera vez, para aludir al conocimiento sensorial que llega a la aprehensión de lo bello y se expresa en las imágenes del arte, en contraposición a la lógica como ciencia del saber intelectivo.
Sin embargo, en la sociedad contemporánea no es posible precisar hasta qué punto se puede pensar a la estética como una ciencia autónoma. La multiplicidad de tendencias, formas y usos que las artes asumieron en el último siglo y la fragilidad de los límites entre lo que alguna vez se consideró arte superior e inferior, hacen pensar en una declinación de la idea de autonomía estética y en una especie de vuelta a su condición originaria de objeto cultural entre objetos de naturaleza expresiva.

La idea de valor en los objetos artísticos

Dijimos que todo objeto cultural posee un sentido instrumental y un sentido expresivo, manifestado a través de un lenguaje simbólico. El empleo de lenguajes simbólicos no es exclusivo de las artes: en la vida cotidiana, todos utilizamos lenguajes simbólicos en numerosas ocasiones, por ejemplo, cuando manifestamos nuestro estado de ánimo o nuestras emociones con un gesto de la cara, sin necesidad de definirlos conceptualmente. Pero

(4) Alexander Gottlieb Baumgarten (1714 - 1762). Filósofo alemán, discípulo de Christian Wolff y de Leibniz. En su trabajo Meditaciones filosóficas sobre algunas cuestiones de la obra poética (1735) introdujo por primera vez el término "estética". Baumgarten no fue el fundador de la estética como ciencia, pero el término que introdujo respondió a las necesidades de la investigación en esta esfera del saber y alcanzó amplia difusión.

una cara con función estética -en una pintura o sobre un escenario- se manifiesta como propuesta de valor y no solamente como una expresión emocional. Es el valor lo que puede legitimar estéticamente a un objeto cultural.
Desde una perspectiva antropológica, entonces, el sentido de un objeto artístico es el de manifestar valores. Con el término valor aludimos a un deber ser colectivamente apreciable por un grupo social determinado, y que es ventajoso para sus miembros(5). En virtud de su carácter de necesidad irrealizada y de ser compartido socialmente, el valor asume los rasgos de nobleza que lo distinguen. Un valor tiene que ver con lo positivo/negativo, bueno/malo, lo tomo/lo dejo, pero no con lo verdadero/falso. Esta podría ser una razón por la cual no se puede demostrar la "verdad" de los gustos y los juicios estéticos.

Grupos sociales y valores

El concepto de valor depende del grupo social de pertenencia. Pero veremos que esta dependencia se modificó a partir de la aparición de los medios masivos de comunicación como potentes uniformadores de valores.
Una definición apresurada, pero útil a nuestro desarrollo, podría indicar como grupo a fracciones de la sociedad caracterizada por compartir aspectos culturales (comportamientos, valores, ideologías) iguales o análogos. Existen también características culturales transversales, es decir entre personas pertenecientes a clases sociales distintas.
Desde las perspectivas sociológicas que se abrieron a partir de análisis como el de Pierre Bourdieu, en la formación de los grupos sociales ("campos", según la terminología del sociólogo francés) no sólo intervienen la tradicional definición de clase en términos de posesión o no de los medios de producción, sino también los hábitos culturales que comparten quienes pertenecen a un mismo grupo. Dice Bourdieu:

> La clase social no se define sólo por la posición en las relaciones de producción, sino también por el habitus de clase que normalmente (es

(5) Véase valor simbólico de la cultura, concepto desarrollado en el capítulo 3, por Paula Beaulieu. N. de la C.

decir, con una fuerte probabilidad estadística) se encuentra asociado a esta posición".(6)

Desde esta perspectiva, más que la pertenencia a una clase, el gusto se define a partir de ese "habitus" como elemento fundamental.
Hasta hace algún tiempo, el hecho de pertenecer a clases o grupos tendía a producir estilos de vida específicos y gustos musicales determinados. Los gustos estaban condicionados por hábitos; una persona que desarrolla un trabajo eminentemente físico, por ejemplo, probablemente no se encontraría cómoda en un concierto de cámara, donde rigen reglas de indumentaria, gestualidad, diálogo, típicas de la burguesía medio alta.
Por otro lado, cada género musical presupone una base de informaciones específicas. En los géneros musicales más difundidos, los conocimientos acerca de ellos se asimilan de manera vivencial, en las relaciones cotidianas; en la música clásica, en cambio, la información se debe conseguir por canales específicos: dentro una familia en la que existe una tradición arraigada o en la prensa especializada, por ejemplo.
Hoy la situación ha cambiado notablemente. En los últimos años, esa coherencia entre hábitos del grupo social y consumo de productos artísticos pareciera no resistir a la realidad. El desarrollo de las industrias culturales y los medios masivos de comunicación complejizó esa relación. En el caso específico de la música, la aparición del disco y de la radio, la televisión más tarde y finalmente la globalización, derribaron las barreras que hasta el siglo XX diferenciaban los consumos de grupos sociales distintos. De aquí surge una nueva problemática en las relaciones entre gusto y grupos. La comunicación de masas serializó el gusto y amontonó el consumo de grupos que alguna vez estaban culturalmente diferenciados.

Transformaciones culturales y gusto

Como vimos, en la composición de los gustos y estilos interviene un sistema de valores ideales. Por estilo podemos entender el uso creativo de un lenguaje simbólico por parte de cualquier artista, es decir el conjunto de características estructurales con los que modela su propia obra. Por gusto

(6) Pierre Bourdieu, "La elección del lo necesario", en La distinción. Crítica social del gusto. Taurus, Barcelona 1979.

entendemos la predisposición a interpretar y apreciar un estilo. Estilos y gustos presuponen valores. Vividos en forma de estilo por parte de quien los manifiesta, e interpretados en base a los propios gustos por quien los observa.(7)

Es interesante observar que no siempre se establece una relación simple y lineal entre la historia de los valores, los estilos y los gustos, y la historia de las estructuras sociales en las que éstos se formaron. Los valores sociales que la cultura manifiesta y promueve pueden quedar obsoletos cuando se reconocen contradictorios y no funcionales respecto a nuevas relaciones sociales, nuevos desarrollos tecnológicos o cambios de paradigma.

En la actualidad, los gustos musicales se han complejizado por problemas de esta naturaleza. Por ejemplo, existen músicas regionales muy apreciadas por el mundo intelectual y al mismo tiempo despreciadas por los grupos sociales a las que pertenecen. Muchos jóvenes consideran ridículo creer en valores tradicionales, que son vistos como ajenos a la modernidad que para ellos representa la música que se les ofrece a través de los medios masivos. Así, los jóvenes de Tucumán pueden preferir escuchar música electrónica antes que vidalas.

En este caso, lo que puede determinar un gusto musical no es solamente la pertenencia a un grupo social, sino el deseo de un cambio de status y el prestigio de la tecnología; o, en caso contrario, la conciencia histórica, la defensa contra la invasión de los medios masivos, etc.

Según el juego de las contradicciones, entre valores distintos que compiten prevalece sólo una elección de gusto. La situación actual de constante transformación cultural evidencia habitualmente este tipo de contradicciones.

Modalidades de escucha y nuevos repertorios

Cada grupo presenta distintas modalidades de escucha, ligadas a aspectos particulares de la propia experiencia musical. La escucha concentrada implica, muy a menudo, la presencia de una complejidad estructural, por lo tanto de una tradición escrita, además de la existencia de edificios en los

(7) Mario Baroni, "Gruppi sociali e gusti musicali", en Enciclopedia della musica. Einaudi, Turín 2001.

que la música pueda ser escuchada en buenas condiciones acústicas y de silencio. Por otra parte, el silencio y la atención implican el control de la gestualidad y de la emocionalidad que por tradición pertenece a las buenas maneras típicas de las clases sociales privilegiadas.

Existe otro tipo de escucha que no exige concentración, y que corresponde a las músicas que se consumen en lugares de rito y de fiesta, con participación colectiva, privilegiando aspectos emocionales y gestuales, donde intervienen conocimientos simples transmitidos por tradición oral. Este tipo de escucha responde mejor a las exigencias funcionales de la cultura popular.

Estas dos formas de escucha representan dos tipos de funciones desarrolladas por la música: la de reflexión en el caso de las músicas complejas, y la de entretenimiento para las músicas más simples. Sin embargo, a partir del siglo XIX no es posible establecer una diferenciación tan categórica. Si es cierto que algunos géneros musicales pertenecientes a la tradición sinfónica y camarística se caracterizan por una marcada vocación intelectual, también es cierto que algunos virtuosos de instrumentos asumen a veces funciones de placentero entretenimiento, para no hablar del teatro de ópera ligado a la tradición del espectáculo popular o de las canciones y las músicas para baile presentes en contextos sociales muy distintos.

Aun así, la contraposición entre músicas complejas y simples caracterizará durante el siglo XIX los extremos de las jerarquías sociales: por un lado la aristocracia y la burguesía culta, por el otro el proletariado urbano y rural. Sin embargo, dentro de este eje jerárquico comenzaron a perfilarse numerosas distinciones correspondientes a los nuevos repertorios -desde las músicas de salón a valses, operetas y músicas de café-, que no pertenecerán de lleno ni a la tradición aristocrática ni a la popular. El aspecto del placer, del entretenimiento sin empeños, de la distracción en el tiempo libre, avanza.

A partir del siglo XX, el disco y la radio recogen esta herencia y desarrollan el repertorio "intermedio", introduciendo un lugar común a todos los géneros y grupos: el ambiente doméstico, que se perfecciona continuamente como auditorio a través de los avances de la tecnología. La música escuchada entre las cuatro paredes del hogar puede prescindir de las

reglas culturales y sociales impuestas en las salas de concierto o las pistas de baile.

De todas maneras, la antigua contraposición entre música de la aristocracia y música de la plebe ha dejado huellas visibles. Por un lado la idea popular de ritualidad, de fiesta, de danza, se transformó en idea de entretenimiento, de escucha placentera, de distensión, de tiempo libre. Por el otro, la originaria condición de privilegio, de elegancia, de distinción aristocrática, se trasformó en un acto intelectual y cultural. Así el concepto de popularidad asumió gradualmente significados más ligados a aspectos cuantitativos que a aspectos de tipo social. De esta manera se señala a un espectáculo como popular, por ejemplo, para afirmar su éxito y notoriedad, y no necesariamente para señalar la tradición de la que proviene.

Como afirma el sociólogo Wendy Griswold(8), el mundo cultural se transformó de bipolar en policéntrico.

Instrumentos de legitimación

Todo objeto cultural reclama siempre, de manera implícita o explícita, alguna forma de aprobación. Así, una música reclama ser apreciada, invita a ser compartida. El modo más simple y elemental de proponer una legitimación de las experiencias musicales es hablar de ellas. En general, se elaboran discursos sobre los estilos para emitir juicios de valor. En sus formas más elementales se tratará de afirmar "me gusta" o "no me gusta", o de intercambiar opiniones simples. En los casos más complejos, se tratará de discursos críticos. La transformación de las imágenes sonoras en palabras favorece su aceptación, permite que se produzcan procesos de convicción o enciende debates que tienden a este objetivo. Los argumentos a favor o en contra de los estilos constituyen la base ideológica de su legitimación.

Existen además otros agentes de naturaleza diversa, que asumen como función la legitimación de ciertos productos culturales. Es el caso de los clubes, teatros o salas de concierto, productoras, y sobre todo sellos discográficos, cuya notoriedad, prestigio o calidad de catálogo, sirven para legitimar una producción musical.

(8) Wendy Griswold, Sociologia della cultura. Il Mulino, Boloña 1997.

En nuestra sociedad, los principales instrumentos de legitimación son los medios masivos de comunicación, en los que las técnicas de publicidad y los criterios de evaluación del mercado -por ejemplo, el número de copias vendidas de un disco-, se utilizan para difundir esquemas de pensamiento, ideologías, creencias, juicios y valores, que suelen ser percibidos como formas de verdad. La sociedad mercantil promueve mecanismos de distribución cultural de los productos de arte que funcionan con un sistema de filtros. Hay un mecanismo que está formado por un subsistema de aspirantes a artistas (productores de estilo) (9), que en general son más de lo que el subsistema de producción necesita. El filtro inicial admite sólo algunos sobre la base de la capacidad de venta del producto.

El subsistema de producción -constituido por editoriales, sellos discográfico, etc.-, tiene por función dosificar los accesos, calculando la relación entre inversiones y ganancias, teniendo en cuenta también producciones que no son inmediatamente rentables, pero que son culturalmente significativas desde el punto de vista de la *imagen*. Luego presiona sobre un segundo filtro que son los medios de comunicación. Éstos tienen la función de promover la divulgación y persuadir a los consumidores con los instrumentos de la publicidad. Las campañas de publicidad se encuentran ante otro filtro que son las expectativas y las costumbres del público.

Entre los productores de estilo y los poseedores del gusto aparece un complejo sistema de filtros y condicionamientos que, aunque siempre existió, en la sociedad moderna ha adquirido un peso determinante. No se puede pensar que la relación entre estilos y gustos, entre productores y consumidores, se sustente en compartir valores e ideales culturales. Hay que tener en cuenta los desvíos -e inclusive calcularlos, según las posibilidades- que cumple el sistema de distribución. Este sistema necesita productos orientados a la venta, y para ello precisa construir una coherencia entre estilo y gusto, como valor legitimador.

Un conflicto político sobre el gusto

En esta época, el problema de la legitimación de géneros, estilos, valores musicales se ha transformado notablemente. La finalidad de la crítica

(9) O productores de contenido, ver Glosario. N. de la C.

musical, instrumento básico de los procesos de legitimación, fue siempre intelectualmente compleja: la crítica debe de explicar y discutir los contenidos de la música(10) -una finalidad de tipo hermenéutico- y, al mismo tiempo, evaluar los valores que esos mensajes contienen.

Pero actualmente la crítica musical atraviesa un período de decadencia: cada vez existen menos publicaciones de carácter especializado y cada vez ocupa menos espacio en los medios de comunicación, que prefieren instrumentos de persuasión menos problemáticos, pero evidentemente considerados más eficaces en relación al consumo. Lo que se verifica es un cambio sustancial en los instrumentos de legitimación: lo persuasivo está por sobre lo crítico. De manera que la naturaleza de los procedimientos de legitimación -que tiene que ver con los valores- ha sido profundamente influenciada por las técnicas de persuasión social surgidas con objetivos comerciales.

El predominio de los aspectos de persuasión está alterando los criterios de valor. De esta manera se instala una práctica de la crítica musical en la que el discurso se desliza por el cenagoso terreno de la apreciación tanto de aspectos de valor como de aspectos de éxito, que cada vez se confunden más entre sí. El criterio dominante pareciera ser el de la utilidad económica, que se convierte implícitamente en criterio de apreciación por parte del consumidor. Lo peligroso es que esta ambigüedad que impregna ahora el concepto de valor ya no se limita a los métodos y las instituciones tradicionales de la legitimación, sino que invade la experiencia musical de los oyentes, se extiende a la vida cotidiana y el pensamiento de las mayorías.

A partir de esto se plantea en estos años una suerte de conflicto más o menos declarado, entre un grupo (un gusto) de tradición intelectual y un grupo (un gusto) que representa las suertes del capitalismo ligado a la idea de globalización. Se trata de un conflicto global que al mismo tiempo es de naturaleza cultural (conflicto de valores) y de naturaleza económica (conflicto de poderes).

Pero aquí también es poco claro el límite entre estas tendencias. Es posible que las estéticas llamadas posmodernas sean una resignada aceptación de una de las dos concepciones (la económica) por parte de los herederos de una tradición que marcha hacia la derrota.

(10) Mario Baroni, "Gruppi sociali e gusti musicali", en Enciclopedia della musica,Volumen I Il Novecento. Einaudi, Turín 2001.

Si los objetos culturales perdieron su (tradicional) función antropológica y el arte ya no es capaz de orientar e interpretar el mundo; si la falta de proyectos colectivos hace de éste un mundo superficial, efímero y discontinuo; si no hay coherencia entre estilos, gustos y grupos sociales; si las clases intelectuales han perdido su rol, es señal de que la Modernidad no logró sus metas de humanismo iluminado. En este sentido, el diagnóstico posmoderno, inspirado en sentimientos de pesimismo y cinismo, es coherente. Aun así está claro que los ideales de democracia e igualdad civil, a partir de los cuales nació la Modernidad, continúan vigentes de una manera u otra.

Entre estos ideales está el de reacomodar el equilibrio entre sistema de valores y sistema de intereses, devolver a los objetos de la cultura su función natural, fuera del estatuto ambiguo que hoy rige.

Un género para cada cosa, un género para cada uno

El siglo XX amplió el concepto de música. En los últimos cien años surgieron y se legitimaron muchas maneras de concebir la música y tantas maneras de escucha y fruición, como ideas de lo que podía ser música se superpusieron a su concepción tradicional.

El anhelo de originalidad que frecuentemente impulsó a la creación, pero que en el siglo XIX se instaló como arquetipo irrenunciable para la legitimación estética, en el siglo XX dio inicio a una persecución de lo nuevo -buscado hacia delante y hacia atrás-, que amplió los horizontes del concepto de música:

- el marcado sentido historicista que legitimó la idea de que las músicas de todas la épocas pueden convivir en un mismo repertorio -y que entre otras cosas formuló una nueva noción de tiempo histórico en compositores, intérpretes y público-;
- la emancipación de la disonancia(11) que llevó a la disolución del sistema tonal y dio vida a sistemas alternativos de organización de los sonidos como la atonalidad(12), la dodecafonía(13), el serialismo(14);
- la idea de sonido como materia -planteada por la llamada Música

(11) Con el concepto de "emancipación de la disonancia" se hace referencia a la manera con la que los compositores de fines del Siglo XIX e inicios del XX progresivamente fueron desgastando los principios del sistema tonal a través de un uso cada vez más intenso de las disonancias, independientemente de la tradición custodiada en los manuales de armonía. La "emancipación de la disonancia" culminó con la aparición de la atonalidad.

(12) La atonalidad es el sistema musical que prescinde de toda relación entre los lazos armónicos y funcionales de una melodía y su armonía y un tono fundamental, sin ajustarse a las normas de la tonalidad.

(13) Dodecafonía es una técnica de composición musical creada a inicios del siglo XX por el compositor alemán Arnold Schoenberg (1874-1951). En la dodecafonía las funciones de la música tonal dejan lugar a asociaciones de sonidos más libres, que el mismo Schoenberg llamaba pantonalidad.

(14) El serialismo es una técnica de composición que utiliza series de sonidos como matrices para la construcción armónica y melódica, esto es, un grupo de notas sin repeticiones que se emplean en un determinado orden o con una determinada serie de variaciones.

Concreta(15)-, que más allá de los sistemas de organización de los sonidos, legitimó la posibilidad de usar el ruido en función musical;
- la incorporación de elementos étnicos al universo de la música clásica -y viceversa-;
- el desarrollo artístico de las músicas de tradición popular, muchas de las cuales lograron la jerarquía de las músicas de concierto, es decir que resisten una escucha atenta;
- las nuevas ideas respecto a la organización espacial del sonido -cuya historia se podría contar entre las catedrales del Renacimiento(16) y el sistema Sourround 5.1-;
- la idea de concierto como performance, que desarrolló una gramática de la gestualidad en los intérpretes que en muchas oportunidades llegó a convertirse en la marca registrada de determinado género o artista(17);
- la aparición y el desarrollo de la radiofonía, la televisión, el disco y luego el DVD, que de alternativa al concierto en vivo se convirtieron en vehículos ideales para la música, e inclusive plantearon cada una desde su formato una nueva manera de escucha y de empleo de la música.

Estos podrían ser algunos de los antecedentes que contribuyeron a configurar una *civilización musical* que en su complejidad relativizó muchas de las tradiciones que la sostuvieron, dando lugar a otras, acaso menos duraderas y con vocación por lo fugaz.

En la actualidad, esta complejidad se suele explicar a través de la clasificación en géneros y estilos, que más que crear tradiciones logran apenas -y no apuntan a objetivos más altos-instalar modas o costumbres. Las ideas de originalidad como valor, que sostuvieron la creación artística y la rodearon de un aura casi sagrada -con mayor fuerza desde el siglo XIX-, se convirtieron, con la producción en serie impulsada por una producción industrial ávida y eficiente, en simples ocurrencias(18). Suficiente para una idea de originalidad que mutó en necesidad de novedad.

En la actualidad, la industria musical, al fin y al cabo la que regula la producción musical conocida -porque si cierta música no se integra de algu-

(15) La Música Concreta es un tipo de organización del sonido que se origina en las experiencias del compositor Pierre Schaeffer en los estudios de la Radiodifusión Francesa en 1948. Consiste en grabar y/o generar (antes en cinta magnetofónica y desde los años '80 en computadoras), sonidos musicales y no musicales, ruidos "concretos", a los que se llama "objetos sonoros". Estas grabaciones son luego seleccionadas, manipuladas electrónicamente y finalmente se combinan (pegando trozos de cinta magnetofónica o pegando archivos de audio), formando una especie de montaje sonoro-musical.

(16) El compositor Andrea Gabrieli (aprox. 1510-1586) fue el primero en desarrollar una manera de espacialización del sonido; lo hizo colocando varias formaciones corales en distintos puntos de la catedral de San Marcos de Venecia.

(17) Por ejemplo, Elvis Presley cimentó parte de su fama en el movimiento sensual de sus caderas, además de aprovechar la asonancia "Elvis, the pelvis".

(18) La diferencia entre "idea" y "ocurrencia", podría encontrarse, entre otras, en que la idea trasciende el tiempo y la ocurrencia no.

na manera en algunos de los niveles de la industria, difícilmente llegue a ser conocida-, multiplica los géneros al mismo tiempo que se tribalizan los públicos en una suerte de proceso de retroalimentación.
Cada género es portador de una poderosa carga de identidad: a cada oyente corresponde una música, que podrá considerar como la mejor posible. En este contexto, la música no sólo se escucha; también se vive.

Géneros y estilos musicales

Existen innumerables maneras de clasificar las músicas, y cada una es funcional a una necesidad. Con criterios técnicos, culturales, históricos, sociales o simplemente comerciales -por separado o combinados-, los géneros y los estilos constituyen herramientas útiles a la hora de aportar datos sobre una música.
La clasificación se podría abordar desde distintos lugares. La primera gran división -y hasta el día de hoy inexplicablemente una de las más polémicas-, podría ser: música culta y música popular. También se podría trazar la línea entre música instrumental y música vocal; música para bailar y música para escuchar; música universal y música regional; sacra y profana; eléctrica y acústica, alta y baja; por probar algunos ejemplos, cada uno con su especificidad.
No cuesta mucho entonces llegar a la conclusión de que los géneros son clasificaciones, muchas veces arbitrarias, que agrupan músicas que comparten ciertos criterios de afinidad. El panorama es tan amplio y son tantas las posibilidades y criterios de agrupación, que inevitablemente subsiste un marcado elemento subjetivo en cada clasificación por género. ¿O alguien sería capaz de explicar científicamente, sin abstracciones subjetivas, por qué todavía el término Música Culta se entiende como contrario al término Música Popular?

Razones e intereses

Detrás de una clasificación hay múltiples razones, movidas por los más variados intereses. Una clasificación por géneros y estilos puede tener en

cuenta las características melódicas, armónicas y rítmicas, el tipo de instrumentación, la procedencia geográfica, el origen sociocultural, sus formas de estructuras, técnicas de composición e interpretación, gramática de su retórica, medios y métodos de difusión, función que cumplen o espacios habituales en los que se ejecuta.

De este modo, todo criterio de clasificación corre el riesgo de estar contaminado, en mayor o menor medida, por la subjetividad. Por eso, los géneros y los estilos son más que nada una herramienta útil para ordenar y abordar distintas músicas, de manera de construir una perspectiva desde donde poder consumirlas, gozarlas y/o estudiarlas de la mejor manera.

A menudo hay un marcado interés comercial detrás de las divisiones por género. El universo juvenil, un territorio con sus innumerables matices y en continua transformación, es, por ejemplo, uno de los destinatarios privilegiados de la producción musical moderna. Acaso sea por eso que la división por géneros, aparentemente cada vez más sutil, se da con mayor fuerza en las músicas juveniles, siempre en busca de contrastar las modas vigentes. Lo que, en realidad, es una buena manera de crear otras e inclusive imponerlas como elemento de clasificación social.

Detrás del género

Música clásica(19), jazz, folklore, tango, flamenco, blues, rock, funky, melódico, tropical, electrónica, son algunos de los rótulos más frecuentes a la hora de clasificar los géneros.

A su vez, dentro de los géneros se produce un universo de estilos -a veces indicados como subgéneros-, que bien podrían considerarse los matices más o menos pronunciados que sirven para individualizar músicas de una misma especie.

Así, podríamos movernos desde la categoría de música clásica a la de música barroca, de allí a la categoría música instrumental y, dentro de ella, a la de danzas, hasta llegar a minué. Inclusive, en una clasificación más afinada, podríamos diferenciar los rasgos compositivos propios del estilo del minué francés en oposición al estilo del minué italiano, por ejemplo, hasta llegar a diferenciar Bach de Couperin.

(19) Término impropio que designa la música de tradición escrita producida entre los siglo XII y XIX, sin tener en cuenta las diferencias entre Edad Media, Renacimiento, Barroco, Clasicismo y Romanticismo.

Se trata de establecer una escala de valores -que en cierto modo lleva a construir una genealogía- desde la cual llevar a cabo la clasificación. Naturalmente, la escala cambiará según los propósitos de la clasificación. Bajo el rótulo jazz conviven el swing, el *bebop*, el *hard bop*, el *cool*, el *free*, el *mainstream*, a su vez cada uno con sus características propias; unidos por el nombre de rock habitan el *heavy metal*, el *rock sinfónico*, el *punk*, el *rock chabón*, el *post rock*, el *shoegazing* entre tantos otros rótulos en constante multiplicación; el flamenco conjuga raíces judías, moriscas, gitanas, castellanas, africanas y americanas, y el tango describe su evolución en el tiempo a través de la Guardia Vieja y la Guardia Nueva. Ni hablar del género canción, donde se pueden incluir desde John Dowland -compositor del tardío Renacimiento inglés-, hasta Franz Schubert, Ricardo Arjona y Jorge Fandermole, pasando en épocas más recientes por el *music hall*, el vodevil y la balada, urbana o rural. Y cada día aparecerá uno nuevo para distinguirse de otro.

Hablar de música

Entonces, ¿de qué hablamos cuando hablamos de música? Por lo que hemos dicho, podríamos abordar y enfocar una conversación en torno a la música a partir de técnicas de composición, géneros, estilos, formas, nombres, funciones, números, sentimientos, intenciones, lugares, recuerdos. De todas maneras, desde esa diversidad de argumentos es evidente que, de un modo u otro, siempre estaremos hablando de nosotros mismos. De nuestro gusto, de nuestro yo individual y colectivo.

Si en nuestras sociedades los usos de la música están fundamentalmente relacionados con la escucha y el baile, cada individuo y cada grupo social la ejerce de manera distinta, condicionado por cuestiones culturales. Así, en la actualidad sería lícito pensar que existen tantas músicas como formas de vivirlas, y la experiencia de escucharlas -que a menudo asume sentidos que trascienden la experiencia auditiva para proyectarse en lo vivencial-, arroja múltiples resultados de cada música y de cada oyente, a partir de lo que Bourdieu define como *capital simbólico*.(20)

En épocas en las que los límites entre lo que alguna vez se llamó música

(20) Para el sociólogo francés Pierre Bourdieu, los agentes de un campo manejan distintos capitales. Estos capitales, además del capital económico, están formados por el capital cultural, el capital social, y por cualquier tipo de capital que sea percibido como "natural". A esta forma de capital Bourdieu la denomina "capital simbólico". (Ver Glosario; n. de la c.).

culta -por ejemplo músicas de concierto como la llamada clásica- y música popular -las destinadas más que a la escucha, al baile y al entretenimiento-, confunden provechosamente sus límites, el relativismo cultural(21) se propone como un recurso poco adecuado para explicarlas.
"Todo fenómeno cultural tiene una doble vida: como parte de la sociedad que lo produce, por supuesto, pero, por lo menos para cierta idea del arte, también en sí mismo", observa el crítico musical Diego Fischerman(22), y agrega: "Existe una gran variedad de músicas y cada una de ellas, posiblemente, obedezca a una cierta idea de arte en tanto la experiencia de escucharla (de vivirla, podrían decir los fans) es definida por ese mismo público como estética".
Dejando de lado la complejidad estética como valor excluyente -como indicaría cierta tradición decimonónica, hoy difícil de sostener-, no existe una escucha objetiva. Una música puede ser escuchada de distintas maneras por distintos individuos y puede ser asimilada de múltiples maneras por los distintos grupos sociales. Según particulares escalas de valores, modeladas también según sus necesidades y circunstancias. Pongamos por caso el tango "Negracha", interpretado por la orquesta de Osvaldo Pugliese. Un hombre de entre 60 y 70 años podrá escuchar en esa música su juventud perdida, mientras otro, acaso un joven sin compromisos sentimentales con esa música, podría detenerse a apreciar el valor estético proporcionado por tanta riqueza rítmica, armónica y contrapuntística. Y un aficionado al baile podría ser atraído principalmente por el tratamiento rítmico del tema. Un sociólogo podría destacar el hecho de que una música al fin de cuentas hecha para bailar tuviera semejante espesor artístico, y un politólogo seguramente repararía en la condición política de Pugliese, ya que su declarada militancia en el Partido Comunista fue parte importante de su figura. Un periodista de espectáculos, por su parte, mezclará la obra y vida de Pugliese para dar forma a un artículo periodístico.

Valor y funcionalidad

Es el mercado musical el que traza los límites entre géneros, a partir sobre todo de cuestiones de tipo social y de pertenencia, más que del valor artís-

(21) El relativismo cultural es una ideología político-social que defiende la validez y riqueza de todo sistema cultural, negando cualquier valoración moral o ética absoluta que no sea la de la cultura respectiva.
(22) Diego Fischerman, Efecto Beethoven. Paidos, Buenos Aires 2004.

tico del objeto en sí. Es difícil que se busque una comprensión objetiva del valor artístico, a menudo condicionado por la funcionalidad. En estos constantes cruces entre valor y funcionalidad están las tensiones que modelan buena parte del paisaje del consumo musical en la actualidad. Además, la industria(23) manipula la idea de valor artístico, incluyéndola dentro de los valores personales del artista -o viceversa-. Si el muchacho que se hizo solo en la calle logra trascender el anonimato cantando sus canciones al mundo, por citar una historia recurrente, por sobre el eventual valor estético se remarcará seguramente el valor humano, su autenticidad.

La música artística -llamémosla culta- se sostiene en su complejidad como valor. Esta idea se extendió durante el siglo XX a muchas músicas de extracción popular, que extrañándose de su función elemental de entretenimiento, apuntaron a la complejidad, ocupando de esta manera el lugar que antes estaba reservado a la llamada música clásica en los hábitos culturales de los grupos sociales más o menos ilustrados.

También músicas de las llamadas étnicas -*world music*, ¡otro género!- se convierten en músicas para auditorios, cambiando de contexto. Por ejemplo, un canto de trabajo de las recolectoras de arroz de la llanura del Po, en Italia, fuera de su contexto, deja de ser aquello para lo que fue creado -presumiblemente hacer más llevaderas las fatigas de tan ardua labor-, y puesto sobre un escenario o llevado al disco se convierte en música para ser escuchada. Posiblemente no posea un valor estético que soporte una escucha atenta, como podría ocurrir con otras músicas populares. Pero las músicas de tradición popular se sustentan en la autenticidad y, una vez perdida su funcionalidad, concentran allí su valor.

Genio y autenticidad

Si bien la autenticidad puede ser un valor legítimo, muchas veces a partir de este concepto se construyen valores artificiales. Con eficaz obtusidad, la industria cultural puede hacer que Brahms sea en muchos aspectos igual a Spinetta -aún cuando sus músicas fueron creadas en paisajes, situaciones, lenguajes y miradas diferentes- y sostener esta cercanía con

(23) Cuando hablamos de industria nos referimos a la maquinaria que pone en acto un evento musical, sea un disco, un concierto, una entrega de premios, etc. La cadena es articulada y forman parte de ella, entre otros, inversores, managers, productores, compositores, arregladores, intérpretes, diseñadores gráficos, intermediarios, vendedores, medios de comunicación y críticos musicales.

fuerza de verdad. Ante tanta verdad -la industria posee poderosos mecanismos constructores de veracidad-, el público se adecua, protegido por un sistema que proporciona a sus necesidades un orden específico. Igual que en los supermercados. Fischerman lo explica de la siguiente manera:

> No existe la cultura occidental sino infinitas culturas dentro de un mapa infinito, e infinitas ideas acerca de lo que es el arte. No se pretende describirlas todas -no sería posible-, sino dar cuenta de un fenómeno particular aunque ramificado en múltiples géneros que, además, mutan permanentemente.(24)

En su análisis, Fischerman retoma una hipótesis ya enunciada por Alessandro Baricco, la de que existe una idea de arte que en música se consolidó alrededor de la figura de Beethoven y que transformó el concepto de valor en buena parte de las músicas y de los músicos de tradiciones populares a través de la idea de genio.(25)
En su ensayo *El alma de Hegel* y *las vacas del Wisconsin*(26), Baricco señala que es probable que Beethoven haya desenvuelto en la historia de la música la misma función que Nietzche atribuía a Sócrates en la filosofía, es decir, la de sacralizar una práctica hasta entonces laica y comercial -en el sentido que se ajustaba a necesidades de tipo práctico-. Dice:

> Lo que sucede con Beethoven es que por primera vez en la historia de la música, con la legitimación que da la idea de genio, se superponen tres fenómenos significativos: 1) el músico busca evadir una concepción simplemente comercial de su trabajo, 2) la música ambiciona, incluso explícitamente, un significado espiritual y filosófico; 3) la gramática y la sintaxis de esa música alcanzan un nivel de complejidad que a menudo desafía las capacidades receptivas del público normal.

Evidentemente estos tres elementos se legitiman entre ellos y elaboran una fórmula en la que el encanto patético del genio -rebelde, enfermo y solo- conquistó la fantasía de los nuevos públicos, proclives a reconocer valores en estas características.

(24) Diego Fischerman, Efecto Beethoven. Paidos, Buenos Aires 2004.
(25) Alessandro Baricco, L'anima de Hegel e le mucche del Wisconsin. Garzanti, Milán 1996
(26) Op.cit.

Música, una definición (im)posible

La música existe, y desde muchos puntos de vista ocupa un lugar importante en nuestras vidas; tenemos pruebas suficientes. Si bien en la realidad conviven diversas y variadas expresiones a las que cotidianamente reunimos bajo ese nombre, generalmente tendemos a considerar sólo una de ellas como quintaesencia de las demás. Se trata de un natural fenómeno de discriminación, producido por motivos subjetivos que varían de persona en persona, de grupo en grupo, de situación en situación, de lugar en lugar, y que se modifican en el tiempo.
De esta manera pareciera que "la" música -incluida en un concepto que supere y abarque todas sus categorías- no fuese posible, al menos en el sentido universal del término. Una definición de música podría estar históricamente condicionada. En primer lugar, como conciencia referida al presente; luego, como conciencia histórica.
La primera definición es de carácter exclusivo y perecedero, por lo tanto posee valor en sí misma. Su punto de referencia es el presente, el sujeto actual. En la conciencia histórica, en cambio, las definiciones actuales y subjetivas se convierten en materiales de un pensamiento omnicomprensivo que acepta todas las posiciones y extrae de ellas los elementos que tienen en común, los puntos en los cuales no hay contradicciones, poniéndolos en relación.
De esta manera, una respuesta plena al interrogante de qué es la música estaría acosada por el fracaso. Cualquier definición que pretenda abarcar todo lo que existe en la historia y en el presente como música -aún cuando nos limitemos al mundo occidental-, no puede ser otra cosa que el compendio de un más amplio contexto del pensamiento y su representación. Apenas la punta de un iceberg.

Por opuestos

Como contribución para una posible definición de música, el musicólogo alemán Hans Heinrich Eggebrecht(27) aísla un par de términos opuestos y constantes que podrían encuadrar el principio de la música occidental.

(27) Carl Dahlhaus - Hans Heinrich Eggebrecht. Che cos'è la musica?. Il Mulino, Boloña, 1988.

Estos términos son emoción y *mathesis* (demos a este último el significado de conocimiento, ciencia, teoría).
A partir de la *mathesis* el pensamiento griego indagó el lado material, la naturaleza del sonido, para luego elevarlo a ciencia y teoría en la dimensión de nota, intervalo, sistema, modalidad y ritmo, es decir, para dominarlo y disponerlo a la manipulación consciente. La teoría creó como propia contrapartida la praxis musical. Esta dualidad constituyó uno de los principios de la música occidental. Sin embargo, no existe praxis sin teoría. La teoría precede a la praxis, es decir, no se contrastan. Son en realidad dos aspectos de una misma cosa.
Tampoco el aspecto emotivo escapa a la mathesis. La emoción se incorpora a las teorías materiales asumiendo, de este modo, forma. La teorización de las emociones crea un terreno fértil para la unión entre *mathesis* y emoción, como lo demuestra una de las teorías de las emociones más importante de la cultura occidental: la Teoría de los Afectos(28). Esta teoría, en relación a la música, aparece en Damón de Atenas (pitagórico del siglo V) pero fue organizada por Platón y Aristóteles como base para las teorías éticas. Desde entonces condiciona a la música occidental con discontinua influencia.
La Edad Media fortalecerá una concepción de música como *mathesis*, a partir del concepto de Ars Música como parte integrante del Quadrivium de las artes matemáticas, mientras que en la Edad Moderna el componente emotivo conquistará progresivamente posiciones. Donde haya música, en el sentido occidental del término, existirán *mathesis* y emoción. Ambos están radicados en la naturaleza: la emoción en la naturaleza del hombre, la *mathesis* en la naturaleza del material sonoro.
Para Eggebrecht, un intento de definición podría ser: la música, en un sentido occidental, es emoción matematizada o *mathesis* emocionalizada.

El juego de los universales

Para François Delalande(29), teórico e investigador francés, un aporte a la definición de música podría pasar por la universalidad de los procesos cognitivos. Hasta la mitad del siglo XIX, decir música era decir sistema

(28) La Teoría de los Afectos, que surge y se desarrolla en el período Barroco, no sólo constituye una estética (es decir, una forma de entender y explicar el "conjunto de elementos estilísticos y temáticos que caracterizan a un determinado autor o movimiento artístico"), sino que también se propone dar cuenta de cómo operan las pasiones y sentimientos del alma en la música. El supuesto de esta teoría es el de que sentimientos como la felicidad, la cólera, el amor, son de naturaleza objetiva y pueden, por eso mismo, ser descriptos y estudiados racionalmente. Dado que las pasiones encuentran en el lenguaje musical una manera privilegiada de expresarse, esta teoría encuentra en la música un medio ideal para reflejar las emociones humanas.
(29) Francois Delalande, "Che cosa è la musica", en Le condotte musicale. Comportamenti e motivacióne del fare e ascol-tare musica. Clueb Editrice, Boloña 1990.

tonal. Hubo que esperar el descubrimiento de las culturas musicales de Oriente hacia fines del siglo XIX, para entender el carácter relativo y local de ese sistema. En el siglo XX la búsqueda etnomusicológica apuntó a establecer un inventario de las prácticas que podrían ser consideradas musicales. Este intento se encuentra entre dos tentativas de definición. La primera es intuitiva: el juicio del musicólogo decide lo que es musical o no. La segunda es simbólica: una vez formado el inventario de las prácticas musicales, a través de la comparación se individualizan los aspectos comunes, es decir, se establecen los universales. Pero nos encontramos con el problema del investigador como "yo", ya planteado por Eggebrecht: ¿cómo hace un etnomusicólogo para reconocer que una cierta práctica de producción sonora entra en el área de sus estudios? Para nuestra cultura no es fácil escapar al etnocentrismo metodológico.

La psicología cognitiva individualiza leyes generales de la percepción que preceden a la organización del objeto sonoro. Por ejemplo leyes de agrupación como la Gestalt, según la cual los eventos sonoros aislados tienden a organizarse perceptivamente en grupos más amplios. Pero estas leyes son consecuencia del funcionamiento general del sistema cognitivo humano y no son específicamente musicales. Entonces, ni en las prácticas musicales, sean sociales, culturales o religiosas, ni en el funcionamiento de la mente humana, podemos encontrar elementos que se puedan aplicar a todo lo que intuitivamente llamamos música.

Existe un nivel intermedio que Delalande llama *conductas musicales*. Este concepto, extraído de una psicología de inspiración funcionalista, se refiere a un conjunto de actos elementales coordinados por una finalidad. ¿Cuál es la finalidad del acto musical? Existen falsas pistas para un análisis de las motivaciones específicamente musicales, como cuando se habla de música "para sembrar", "para invocar la lluvia", "para curar", etc. En estos casos, además de la función circunstancial, existe una finalidad más íntima y universal: el juego.

La intencionalidad distingue el sonido del ruido fortuito. La calidad del sonido depende del gesto del productor, quien ejerce un control conciente para regular la calidad. El ejercicio senso-motor entra, de este modo, en el campo de la finalidad. Además, la producción sonora contiene una inten-

ción simbólica y esta podría ser universal, dado que las construcciones sonoras siempre representan algo que va más allá del sonido. Además hay una dimensión lúdica en las prácticas musicales y las reglas de cualquier música son las reglas de un juego. En las conductas musicales, como en el juego, se conjugan tres dimensiones: la búsqueda de un placer senso-motor a nivel táctil, gestual y auditivo; un aspecto simbólico del objeto musical en relación a aspectos culturales; y finalmente una satisfacción intelectual, que resulta del juego de reglas. ¿Podrían ser estas las características universales de la música? Para Delalande, que piensa que la música es un juego de niños, sí.

El universo

Otro musicólogo alemán, Carl Dahlahus(30) recurre a un punto de vista sociológico para advertir sobre la necesidad de pluralizar el término música.

En el siglo XX las diferencias sociales, étnicas e históricas se acentuaron de tal manera que hoy es necesario diferenciar los distintos conceptos que la palabra puede representar. Las polémicas creadas en torno a las funciones sociales y los criterios estéticos de la música culta y no culta, no tendrían sentido si los fenómenos musicales fuesen encerrados en un mismo concepto de música. Una canción y una composición dodecafónica, por ejemplo, se relacionan automáticamente al mismo concepto. Sin embargo, hablar de música sin distinciones y sin una motivación histórica, social o psicológica, difícilmente lleve a una justificación estética. El plural abre la música a una realidad inmensa e innegable.

Las diferencias históricas, si bien profundas, mantuvieron de todos modos la unidad del concepto de música en torno al concepto de tonalidad. A partir de la música electrónica y de la composición por sonidos inspirada entre otros por John Cage, se problematiza la pertenencia a la música de estos fenómenos sonoros, que reniegan del sistema tonal. Desde este punto de vista, el concepto se dinamiza y en lugar de ser, la música pasa a *devenir*.

En el pasado, fueron las reglas compositivas las que sobrevivieron a las

(30) Carl Dahlhaus - Hans Heinrich Eggebrecht. Che cos'è la musica?. Il Mulino, Boloña, 1988.

obras. Desde hace algunos años esta relación se ha invertido, y en la música de vanguardia cada obra representa un sistema y una técnica. En el siglo XIX comenzó a acentuarse el devenir histórico de la música, en perjuicio de la poética canónica que hasta entonces era la base de la actividad creadora. El estilo individual pasó de ser una manifestación secundaria a ser una manifestación primaria.

De vuelta al mismo lugar

¿Y entonces, qué es la música? La respuesta a tamaña pregunta es inagotable y surge casi como otro interrogante. La historia, la sociología, la psicología orientan, desde una perspectiva occidental a la musicología, pero no resulta más que una contribución, una pieza del mosaico.
Un mosaico tan grande que no existe un punto de la tierra desde donde contemplarlo.

A grandes rasgos

Bosquejado el panorama de algunas de las particularidades de la música como idea y como objeto, abordemos ahora algunos puntos concretos que pueden concurrir en la caracterización de una música. Historia, técnica, producción, público, espacios, formas de subsistencia, son aspectos que modelan su identidad

Cada música tiene su historia

Se tiende a pensar que la antigüedad en música es un valor. No necesariamente es así, pero podría tratarse de un plus considerable. Debe haber alguna música antigua mejor o peor que otra tan antigua como esa. Posiblemente su valoración se nos escape si empleamos el mismo metro que usamos para evaluar las músicas actuales.
¿Cuál de las nueve sinfonías de Beethoven es la mejor o la más bella? La Quinta -la del célebre *cha cha cha chaaaaan*- puede que sea la más conocida, pero la Tercera posiblemente tenga más alcances estéticos, porque por

su dilatación formal rompió los esquemas del Clasicismo musical y marcó el paso al Romanticismo. Mientras que la Novena es la que tiene un mensaje más claro, porque hace uso de la palabra cantada -hecho inédito hasta entonces en una sinfonía-.

Es prudente observar los distintos contextos históricos en los que una música fue creada y utilizada. Sería oportuno tener en cuenta que, cuando nos referimos en términos de contexto histórico, no necesariamente nos debemos limitar a las músicas de otras épocas. El vértigo de la producción actual y la necesidad de quemar modas para promover el consumo y aumentar las ventas, junto a las constantes coyunturas políticas, sociales y culturales de las sociedades modernas, pueden hacer envejecer una música en el término de pocos años. Músicas como cierto folklore de proyección, por ejemplo, tienen un sonido con todas las características de lo moderno, sin embargo desde otros puntos de vista han envejecido notablemente.

Por otro lado, la carga simbólica de la música puede llegar a ser muy poderosa y un error de evaluación histórica llevaría a situaciones poco felices -que en la tradición del espectáculo se llaman fracaso-. Sería tan arriesgado ejecutar música de Richard Wagner en Israel, como fue provechoso tocar el jazz de las *big bands* en la Europa liberada después de la Segunda Guerra Mundial. Tan acertado sería programar un grupo de folklore tradicional -a la manera de Los Chalchaleros, digamos- en un acto por el 2 de abril, como temerario incluir un grupo de la llamada cumbia villera, en una velada patria de un teatro oficial.

Cada música tiene su técnica

El total sonoro de una música, es decir lo que escuchamos, es el producto de una serie de tratamientos de tipo técnico y tecnológico.

Existen diversas técnicas de composición y estas se podrían clasificar a partir de los diversos procesos de ordenamiento y jerarquización de los materiales que emplea; es decir, de los distintos parámetros a partir de los cuales se organiza su discurso -alturas, duraciones, intensidades, timbres, por nombrar los más comunes.

En este sentido, una técnica puede también poner en evidencia aspectos culturales generales, una procedencia, e inclusive un momento histórico. Por ejemplo, una música construida sobre escalas pentatónicas, podría sugerir su origen en el Altiplano; si además se trata de músicas interpretadas con quena, sikus y charango, no quedarían dudas al respecto. También podríamos reconocer una música hindú, por ejemplo, a partir de las características tímbricas del sítar y el sonido particular que la organización de las ragas (escalas) sugiere.
También la intervención tecnológica puede caracterizar poderosamente el resultado sonoro de una música, ya sea en una grabación o en una presentación en vivo. Por ejemplo, los efectos en las guitarras - *chorus*, distorsionadores, octavadores y filtros, entre otros -, proporcionan un sonido característico, de la misma manera que los compresores y filtros en los micrófonos ajustan y emparejan la voz de los cantantes.
El desarrollo electrónico aplicado a la música podría ser considerado como la prolongación de la búsqueda de los luthiers (constructores de instrumentos), que con sus descubrimientos mejoraron el sonido y el rendimiento de los instrumentos, y acompañaron el desarrollo de la música desde sus orígenes. Técnica y tecnología condicionan, desde siempre, la evolución musical.

Cada música tiene su manera de producción

De acuerdo a sus características, cada música tiene sus necesidades de producción, es decir, de lo que necesita para existir con plena identidad. Ya sea para concretarse en espectáculo, ya sea como manera de impactar de la mejor forma ante un público que en general ha construido su propio horizonte de expectativas ante una determinada manifestación musical, la dimensión de una producción puede caracterizar a una música.
Montar un show de una estrella del *pop* como Ricky Martin sin un colosal sistema de iluminación, que además de cumplir la función de dar luz es capaz de crear una gran gama de efectos, sería impensable. En cambio, en un recital de un cantautor español -de esos que continuamente vienen a la Argentina, pongamos por caso Joan Manuel Serrat-, se puede prescindir

de semejante parafernalia. De la misma manera que el *raider*(31) (planta de sonido) de un grupo de rock internacional que está por actuar en la cancha de River -imaginemos a los Rolling Stones- será distinto al del grupo Las Pelotas en una actuación al lado del lago San Roque, para el día del estudiante.
También la manera de grabar -envasar- cambia de música en música. Músicas como el *pop* hacen un uso muy amplio de la tecnología y, en general, se trata de un producto concebido en buena parte en el estudio de grabación.
Allí, lo que conocemos como post producción es lo que define el sonido -¿o de qué otra manera podría grabar un disco Ileana Calabró?
Distintos son los casos de géneros como el jazz y la música clásica, que habitualmente se graban en una sola toma directa y que precisan muy poca edición. Es más, demasiado trabajo de edición podría quitarles valor.

Cada música tiene su público

Además de clasificar las músicas, la división en géneros divide los públicos. Cada público posee su propio horizonte de expectativas respecto a una música, de acuerdo a la propia experiencia y también a la información que posee de ella.
En cada música, además de las distintas esperanzas del autor, el intérprete y productores varios, están también depositadas las del público. En un círculo virtuoso -a veces en forma de espiral descendente-, música y público se alimentan entre sí hasta llegar al punto de parecerse una a otro.
En este sentido, las ofertas musicales deben tener en cuenta las características del oyente tanto como las de la música. También deben considerar las posibilidades de cruces, más allá de las lógicas y las evidencias, que podrían existir entre los distintos modelos de música y de público.
No sería acertado ofrecer un concierto de música dodecafónica en un congreso de profesores de Educación Física, de la misma manera que poco éxito tendrá la presentación de una orquesta de tango en un boliche de adolescentes.

(31) Ver el apartado "Legislación aplicada a los espectáculos", por el Abo. José Palazzo, en el Capítulo 4, y "Producción técnica", por Gerardo Greco. N. de la C.

Cada música tiene su lugar

El concierto sigue siendo el evento musical por excelencia. Más que a través de ferias y exposiciones, la música establece su relación con el público a través de la presentación en vivo.

No hay experiencia más intensa para un oyente que presenciar un evento musical en directo. A través de códigos establecidos por cuestiones prácticas y necesidades objetivas, cada música tiene su lugar. Los lugares son una marca de identidad muy fuerte para las músicas.

Un recital de rock en un teatro, con butacas, limitaría notablemente su fruición por parte del público. De la misma manera, la presentación de una orquesta sinfónica en un estadio -más allá de poder constituir un hecho cultural significativo, como todo cambio de lugar podría suponer- desvirtúa la naturaleza del sonido de la música clásica, por el empleo de sistemas de amplificación.

Un concierto de una banda de música bailable en un teatro -como sucedió hace unos años con la polémica actuación del grupo cuartetero La Barra en el Teatro del Libertador San Martín (ciudad de Córdoba)- es más que nada una manera de construir una legitimación artística a través de la presunción de que quien accede a un escenario prestigioso, es artísticamente apto.

Se trata de una maniobra poco inocente, pensada fundamentalmente en función de la necesidad de "tener la foto", más que como un hecho puramente artístico. Los lugares también pueden legitimar a las músicas.

También el disco puede establecer situaciones de lugar. Cómodamente sentados en casa, con sistemas sofisticados de sonido, podemos escuchar músicas a las que de otra manera no podríamos acceder, ya sea por la imposibilidad de producirlas en el medio en el que vivimos, o porque sus artífices están muertos.

Aún en el ocaso de su vida como objeto comercial -en la actualidad constituye sobre todo una herramienta de trabajo para que el músico pueda dar a conocer su obra-, el disco se propone como alternativa válida a la música en vivo.

Cada música se mantiene como puede

Hay músicas que cuentan con el favor del público. Sea porque forman parte de una tradición vigente y arraigada en su gusto, su sensibilidad, su sentido de pertenencia o sus necesidades; o posiblemente porque para llegar a ese estado de popularidad, sus productores invirtieron una cantidad consistente de dinero.

Este último podría ser el caso de las músicas popularizadas a través de los medios de comunicación y de distribución, que llegan al oído del gran público ya gustando, sostenidas por un fuerte aparato de promoción. Es decir, cuentan con una maquinaria de apoyo que hace que se las escuche por todos lados y que sean tenidas en cuenta por los medios de comunicación -ya hemos visto cómo lo que en el siglo XIX nació como crítica musical se convirtió, por estos días, en tarea de promoción-. Ese tipo de música, llamado "comercial" vive justamente dentro de las leyes del mercado.

También existen expresiones musicales que al no contar con la bendición del mercado necesitan de la intervención del Estado para subsistir. ¿Y por qué deben subsistir? Porque forman parte de una tradición o constituyen un legado cultural y artístico importante para la formación cultural de los ciudadanos.

Por ejemplo, en otros tiempos se consideraba la música sinfónica como una muestra del ingenio humano digna de ser promovida, por lo que el Estado se hizo cargo de organizar y sostener orquestas sinfónicas, orquestas de cámara, bandas sinfónicas, coros y conservatorios de música, donde se forman instrumentistas que integran estos cuerpos artísticos.

Esta cultura ha sido notablemente superada en los últimos años por la lógica de mercado, que también pesa sobre la órbita del arte. En esta coyuntura, el Estado cambió la orientación de sus políticas culturales. Hoy en día, para poder sostener su relación con la sociedad necesita de la popularidad de los artistas -porque la popularidad de los gobernantes estaría cuestionada por esa misma sociedad-, por lo que tiende lazos con aquellas expresiones más convocantes del espectáculo, de modo tal de relacionar la imagen de la administración del Estado con ellas.

Por esto el Estado necesita impresionar al gran público con eventos monumentales y masivos, en los que el aspecto numérico prima por sobre la calidad artística. De esta manera, evade lo que alguna vez fue su obligación ante la sociedad: proteger y promover aquellas expresiones del arte -en este caso la música- que no encuentran grandes espacios en el mercado.

Epílogo

Como se ha visto, muchas cosas pasan desde que la música sale de la inspiración del artista -demos por cierta la participación de las musas en la creación-, hasta que finalmente llega al oyente. Son muchas las etapas y muchas las variables que cada una de ellas propone. Gestión, entonces, también es comprender estos procesos, para poder adoptar un criterio -entre los tantos posibles-, a la hora de elegir.

Para todos los conceptos y necesidades de música, el mundo está lleno de buena música y de buenos músicos. Entonces, la tarea del gestor cultural, retomando el primer Capítulo, pasa fundamentalmente por promover que el encuentro entre música y público se produzca de la manera más provechosa. Se trata de crear usuarios satisfechos y al mismo tiempo buenos oyentes. Un gestor es el puente entre las distintas etapas de la producción y los oyentes consumidores, un eslabón determinante en la cadena que lleva la música al público que es, a fin de cuentas, el elemento más precioso de este circuito.

Entre las responsabilidades principales que debe asumir un gestor cultural está la de conocer e interpretar ambas orillas. Por esto la organización de una actividad que tenga como motivo central a la música, exige el conocimiento de los elementos propios de ella, tanto como de los fenómenos que condicionan las expectativas del público y el consumo musical. La música llega al oyente bajo forma de espectáculo; y el espectáculo, como institución centenaria, tiene sus reglas.

Pero no todo se agota allí: producir actividades musicales en la actualidad, no es solamente comprender las convergencias entre propuesta artística y gusto del público, sino además -y esto diferenciaría a un verdadero gestor cultural de un raso administrador de realidades ajenas-, promover nuevas

afinidades, nuevas propuestas, nuevas tendencias, asumir desafíos. Para esto es necesario, una vez más, preparación, claridad de ideas y conocimientos. Pero sobre todo, la inquebrantable convicción de que el individuo puede modificar con sus intervenciones el curso de las circunstancias.

A eso hay que apuntar para distinguirse.

La Lectura y su divulgación. Gestión de Artes Textuales. El Libro y las Bibliotecas

Por Claudia Santanera

Claudia Santanera. Es Licenciada y Profesora en Letras Modernas (UNC). Poeta. Docente de Animación a la lectura en las Escuelas Municipales de la Ciudad de Córdoba. Ha desarrollado su actividad de investigación en el Centro de Investigaciones Lingüísticas de la Facultad de Lenguas (UNC), en el CIFFyH Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades (UNC) y en el Ateneo de CEDILIJ. Autora en colaboración del Catálogo de Obras y Autores de Literatura Infantil y Juvenil de Córdoba (Página web CEDILIJ). Integrante de la Comisión de Programación de la Feria del Libro Córdoba. Coordinó la Mediateca Enterate del Centro Cultural España-Córdoba, actualmente se desempeña en el área de Programación de la misma institución.

Acerca del lector y sus tentaciones

Cuando asumí el desafío de escribir el presente capítulo, no pude sustraerme al impulso de volver en el tiempo y revivir, de algún modo, casi 20 años de actividad en el campo de la promoción a la lectura. Así fueron, once años de trabajo en las Escuelas Municipales de la ciudad de Córdoba dedicadas a la animación a la lectura; tres años a cargo de la Sala de Lectura Infantil y Juvenil de la Municipalidad de Córdoba; coordinando las actividades para niños durante tres Ferias del libro; como responsable técnica del proyecto *Literatura y primera infancia*. Iniciación temprana a la lectura que se concretó en la creación de 20 bibliotecas en los jardines maternales de Cáritas; y por último, como responsable de la Mediateca Enterate del Centro Cultural España-Córdoba.

Muy diversas funciones pero con motivos y pasiones en común: los lectores -los libros- la lectura. Han sido años de trabajo muy intensos y silenciosos, ya que debo advertirles que nos toca librar batalla en un terreno con escasa prensa, casi nada de espectacularidad y una importante competencia en el actual concierto de la cultura visual y audiovisual. Sin embargo, quiero contarles que es posible desarrollar una propuesta original y creativa, que ofrezca nuevas posibilidades a un lector que se renueva a través de cada práctica de lectura y que busca permanentes desafíos.

Nuestro contacto con la escritura y la lectura se inicia muy temprano, no siempre de la manera más feliz, y en la mayoría de las ocasiones ese incipiente camino lector que en la escuela primaria se esboza, se borra lentamente ante nuevas demandas y por innumerables motivos.

Entiendo que es una responsabilidad de quienes trabajamos por la cultura no engrosar las filas de los indiferentes y asumir una actitud que contribuya verdaderamente a superar la quietud reinante en el campo de las prácticas culturales vinculadas al libro y la lectura.

Cuando acepté sumarme a esta propuesta, pensé mucho en el punto de vista, la orientación que daría a esta oportunidad. Agradezco el espacio otorgado a las letras y la biblioteca en la cultura, no sé si sabrán que históricamente la biblioteca ha sido el lugar destinado a las personas castigadas dentro de las instituciones, o a las personas con alguna discapacidad o problemas psicológicos. Se establece de esta manera una relación directa entre inmovilidad, depósito, conservación del libro; relación superada ampliamente por los países del primer mundo que han confiado importantes sumas de su presupuesto de cultura a las bibliotecas. Podemos hablar de países como Suecia, Finlandia o Dinamarca (vanguardia absoluta en este campo) en los cuales entre el 80 y 90 % de la población es socio activo de la biblioteca pública. Un caso, tal vez más cercano es el de España, que en el año 1978 con el advenimiento de la democracia y la nueva constitución, decide reorientar su política cultural y definir las líneas de la legislación vigente del sistema bibliotecario español; dando muestras acabadas en la actualidad de una clara política de confianza en el campo del libro y la lectura. Según Rogelio Blanco, Director General del Libro, Archivos y Bibliotecas(1) de España, en la actual sociedad, con una gran información y escaso conocimiento, el desafío de la biblioteca es transformar la información en conocimiento. El modelo de sociedad para el siglo XXI es democrático y una sociedad democrática es una sociedad con saberes; la sociedad democrática tiene la obligación de distribuir saberes.

Confieso que por un momento pensé en la posibilidad de analizar junto a usted el sistema bibliotecario español, del cual podemos aprender mucho porque nos une no sólo la lengua, sino también una historia de recuperación de la democracia similar. Le dejo la inquietud de indagar su legislación, esquema de organización, sistema de redes, catálogos colectivos, pautas de cooperación, etc., en "Travesía" portal de bibliotecas públicas de España, donde encontrará todos los textos, documentos y estadísticas necesarios para conocerlo y entenderlo. http://travesia.mcu.es/, o también en www.bibliotecaspublicas.es o www.bibliotecaspublicas.info.

En otro orden de cosas, y retomando las variables posibles para este capítulo dedicado a las letras y la biblioteca, estaba también la posibilidad de

(1) http://www.mcu.es/libro/

elaborar un repertorio de actividades y propuestas, a la manera de un manual; pero no creo que corresponda en esta primera instancia donde considero que hay que poner en escena el verdadero debate que debemos asumir como futuros responsables y actores formados en el campo de la cultura.
Una profunda reflexión sobre mi experiencia, la discusión con colegas especialistas en el tema y la decisión de tomar un camino más largo, pero, entiendo que más seguro, inclinó la balanza hacia la propuesta que a continuación le presentaré.
Es por eso que se hace propicia la oportunidad para abrir el debate en torno a ciertos conceptos y nociones prioritarias que definen y nos acercan, desde otro lugar, al campo de trabajo de las artes textuales y la biblioteca. Si me permiten, entonces, comenzaremos por el principio, nuestras metas de estudio: el **libro**, su materialidad y modos de producción y circulación; la **lectura**, como una práctica cultural compleja y dinámica; y el **lector**, como sujeto singular y colectivo, en sus dimensiones individuales y sociales. Difícilmente podremos desvincular los elementos de este trinomio; de a poco descubriremos que no son compartimentos independientes y aislados, tal como se pensaba en el pasado; sino que es un sistema de relaciones cuyos engranajes son todos necesarios y cobran vida a partir de éstas.
Las bibliotecas, sean privadas, públicas, abiertas o cerradas, compartidas o personales, babélicas o mínimas, parten de un hecho concreto: la pasión por la lectura, el amor a las ediciones. Es por ello que opté por comenzar por el verdadero inicio, dejando luego la libertad al lector para indagar en el aspecto que más lo atraiga su instinto lector.
Caben las disculpas necesarias por este recorte tan atrevido de temas, contenidos y autores; tómenlo como unas pinceladas que tal vez originen algún debate. Vale insistir en que nuestros temas no son celdas sino elementos de un sistema de relaciones. Tienen un carácter transversal; su presentación en ítems es a los fines pedagógicos.
Ojalá que este diálogo que se abre desde ahora, nos permita construir renovados conceptos y proyectos que dialoguen con nuestra realidad local y contemporánea, plena de cambios y revoluciones; para lo cual, un reper-

torio de propuestas nos conducirían a repetir los errores ya cometidos o a replicar recetas cuyos contenidos desafinan en el concierto múltiple e interdisciplinar de nuestro siglo XXI.
Bienvenidos a este capítulo dedicado al libro y la lectura.

La lectura, el libro y los nuevos modelos de bibliotecas y mediatecas

Paisajes Interiores

La lectura se integra a nuestras vidas, nos acompaña a través de los años, más cerca o más lejos, pero esencialmente como una experiencia vital y dinámica; nos construimos y diferenciamos en la lectura, con ella, a partir de ella.
Creo que no podemos seguir adelante si no nos sentamos juntos a reflexionar acerca de este proceso rarísimo y complejo que nos modifica y provoca, que nos exige respuestas y nos pone en movimiento.
Para dar comienzo a este diálogo, me gustaría proponer una búsqueda. Pero, y este va a ser en general el juego que propongo, no una búsqueda en sentido lineal sino en diferentes direcciones: por el detalle, en espiral, juntando piedritas para encontrar el camino. Los invito a iniciar este recorrido íntimo y único por ciertos conceptos y definiciones que difícilmente interrogamos. La idea es poner en tensión algunos saberes, repensar y buscar alternativas.
Podríamos comenzar a la manera que Gianni Rodari propone en su emblemática *Gramática de la fantasía* (2). Rodari nos dice que, como cuando arrojamos una piedra en un estanque, se producen ondas que podemos ver claramente en la superficie del agua, el movimiento opera de igual modo en las zonas más profundas hasta llegar al fondo. Desplaza los caracoles, altera las plantas acuáticas y forma un remolino de partículas arenosas hasta encontrar un nuevo lugar. Nos habla de una mínima acción que modifica un micro universo de permanencia inmóvil. Rodari propone una analogía con nuestra imaginación y nuestra memoria; tal vez si lanzamos las palabras leer / libro / lector en nuestra mente podremos adver-

(2) Rodari, Gianni. Gramática de la fantasía. Introducción al arte de inventar historias. Traducción de Roberto Vicente Raschella. Buenos Aires, Ediciones Colihue/ Biblioser, 2000.

tir las ondas superficiales y profundas que generan en su caída. Tal vez a la manera de Proust recuperamos parte de nuestra historia infantil; los ámbitos, personas o situaciones que dejaron su huella en nuestro camino lector.

En el contexto desmedido de una historia del libro y la lectura, no es un intento desmedido recuperar un recorrido individual, vislumbrar nuestra propia historia lectora. Aquella persona que nos acerca el primer libro, el lugar preferido para acurrucarse a leer, el libro más querido, al que se volvió, el miedo a leer en público, la escuela, la maestra, el abuelo, la siesta, las historietas, el horóscopo del chicle Bazooka, Mafalda, El Tony, las letras de canciones.

Desandar el tiempo y establecer relaciones. Evocar aquellos incipientes o profundos actos de lectura que nos han tenido como protagonistas.

¿Cuándo comenzamos a leer?
¿Siempre lo supimos?
¿Sólo es posible leer las letras de una página impresa?

El astrónomo lee su mapa de estrellas, el músico su partitura, el arquitecto los planos, el químico las fórmulas. A nuestra manera desciframos otros signos y señales, nos convertimos en intérpretes de nuestra realidad cotidiana (gestos, formas, ritmos). Formamos parte de un entramado de discursos y texturas que en diferentes niveles de profundidad nos atraviesan y conforman. Casi sin darnos cuenta somos lectores de las diferentes realidades que habitamos y a las que damos forma con nuestras palabras.

Nos dice Alberto Manguel(3): "y sin embargo en todos los casos, es el lector quien interpreta el significado; es el lector quien atribuye (o reconoce) en un objeto, un lugar o un acontecimiento cierta posible legibilidad; es el lector quien debe adjudicar sentido a un sistema de signos para luego descifrarlo. Todos nos leemos a nosotros mismos y el mundo que nos rodea para poder vislumbrar qué somos y dónde estamos. No podemos hacer otra cosa que leer. Leer, casi tanto como respirar, es nuestra función primordial".

(3) MANGUEL, Alberto, Una historia de la lectura, Buenos Aires, Emecé Editores, 2005. Página 21

Las dos vertientes de la lectura(4)

A continuación trazaré una breve síntesis de las nociones y tensiones que articula Michèle Petit(5) en su intención de abordar el complejo fenómenos de la lectura desde una perspectiva interdisciplinaria. Más allá de su formación en los campos de la sociología, la antropología y el psicoanálisis, suma la mirada de la historia, la teoría literaria y sustancialmente el testimonio de los protagonistas. La lectura del capítulo "Las dos vertientes de la lectura" nos abre la puerta a la palabra calificada de escritores y lectores; nos deja espiar en la intimidad del proceso en el que lector y texto se modifican y complementan; donde el proceso de lectura se despliega como un diálogo entre ambos, donde el silencio y la quietud son sólo el disfraz de una intensa actividad.

Les recomiendo que conozcan, que lean este capítulo. Mis palabras son sólo una mala copia de la belleza y profundidad de las ideas de su autora; intentaré trazar algunas pinceladas que les permitan a ustedes abordar luego esta lectura.

La lectura que en esta primera instancia deseo compartir con ustedes es la 1ra Jornada de una serie de cuatro conferencias dictadas en México en el año 1998, inspiradas en dos investigaciones financiadas por la Dirección del libro y la lectura del Ministerio Francés de Cultura, bajo la responsabilidad científica del Servicio de Estudios e Investigaciones de la Biblioteca Pública de Información (Centre Georges Pompidou, Paris). Este servicio ha orientado más de 30 estudios dedicados al libro, la lectura, las bibliotecas y las prácticas culturales.

Michèle Petit aborda esta primera jornada considerando la inquietud que Daniel Goldin (editor del Fondo de Cultura Económica) advierte en torno a una preocupación manifiesta por la juventud en México. Explica Petit que Francia no comparte el mismo interés y que si bien, es uno de los países más ricos del mundo, la situación de los menores de 30 años se ha deteriorado a partir de los años '70.

Plantea la paradoja de una sociedad que se esfuerza por mantenerse joven pero que deja cada vez menos espacio a la juventud. Esto se traduce en determinadas formas de precariedad en el empleo y la vivienda, la violen-

(4) PETIT, Michèle. Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura, México, Fondo de Cultura Económica, Colección Espacios para la lectura, 1999.

(5) Michèle Petit es una antropóloga francesa que desde 1992 trabaja sobre la lectura y la relación de distintos sujetos con los libros desde una perspectiva cualitativa y, en particular, el análisis de la experiencia de los lectores. Sus estudios sobre la lectura en medios rurales y el rol de la biblioteca pública en la lucha contra los procesos de exclusión han sido de gran importancia no sólo en Francia sino también para aquellos que trabajamos en torno a estas problemáticas en Latinoamérica. Es investigadora del Laboratorio "Dinámicas sociales y recomposición de los espacios", del Centro Nacional para la Investigación Científica y de la Universidad de París 1, en Francia. En los últimos años, ha profundizado el análisis de la contribución de la lectura en la construcción o la reconstrucción del yo, particularmente en espacios en crisis.

cia, la droga, etc. Cabe aclarar que Petit no habla de jóvenes en abstracto, como ella misma explica, sino de chicos y chicas expuestos a estas dificultades en forma desigual de acuerdo a su posición social y familiar. Enumera razones muy concretas que conducen a dificultades reales a la hora de definir un porvenir: cambios demográficos, la urbanización, la expansión del sistema salarial, la emancipación de las mujeres, la reestructuración familiar, la globalización de la economía, los avances tecnológicos.

¿Y la lectura?
¿Y la lectura de libros en este contexto?

Algunos opinan que los jóvenes prefieren el cine o la TV. Los asocian a la velocidad y la modernidad. O prefieren el deporte y la música, que son placeres compartidos, a los libros.
Otros se dedican a lamentar que los jóvenes ya no leen.
Otros temen que en este mundo ruidoso nadie quiera recuperar el mundo de silencio e intimidad que proporciona la lectura.
Georges Steiner comenta que en EEUU el 80% de los niños no sabe lo que significa leer en silencio. Siempre están con sus auriculares y con la TV encendida.
Otros destacan que el impulso de la comunicación nos conduce a una concepción mecanicista e instrumentalista del lenguaje.
Sin embargo, Petit observa que hay numerosos motivos en esta concreta disminución del interés de los jóvenes por la lectura:

- Existen "formas tradicionales de integración social" en las cuales los jóvenes repiten la vida de los padres. Antes, la lectura era "transmisora de modelos" y dogmas. Un medio para el dominio a distancia y para formar identidades colectivas, religiosas o nacionales. "Hay que leer" - "Se debe amar la lectura"
- Se añora que se hayan perdido los textos edificantes.
- También señala que no se puede reducir el problema a una querella entre "antiguos" y "modernos". Los primeros lloran la pérdida de los

libros y no convencen a nadie; los segundos, con un "relativismo absoluto" explican que una telenovela satisface las necesidades de narración del hombre actual.

La autora propone que, si se deja la palabra a los jóvenes, sabremos que:

- La juventud sigue siendo el período de mayor actividad lectora.
- Los jóvenes siguen encontrando en la lectura un gusto particular.
- La lectura ayuda a resistir los procesos de marginación y encontrar posibilidades de movilidad social.
- La lectura ayuda a pensar y a tener libertad.

Petit pone de manifiesto que la lectura lleva en sí misma un principio de resistencia a los discursos "represivos y paternalistas" y que puede acortar los caminos que llevan "de la rebeldía a la ciudadanía". En tal sentido, sus ideas se orientan a demostrar una hipótesis bastante desalentadora: "Seguimos siendo prisioneros de viejos modelos de lo que es la lectura, y de una concepción instrumentalista del lenguaje".
A continuación, se refiere concretamente a caracterizar estas dos vertientes de la lectura que plantea:

- La del poder absoluto que se le asigna al texto escrito;
- La de la libertad del lector.

Su método de trabajo: entrevistas a diferentes personas provenientes de un medio rural, pertenecientes a diferentes estratos sociales que compartan el gusto por la lectura. El objetivo era abarcar un amplio espectro de experiencias, captar la singularidad de cada una de una manera muy libre.
La primera sorpresa para el equipo de investigadores es que la lectura solitaria y silenciosa, tal como la conocemos en la actualidad, no era tan antigua; asimismo, muchos de los entrevistados evocaron experiencias colectivas de lectura en voz alta, en el ámbito familiar, la iglesia o la escuela. Los primeros testimonios que analiza Petit le permiten observar que **la lectura tiene varios rostros**:

- La lectura colectiva - oral silenciosa - libre - singular.
  Este control de acceso a los textos tiene una finalidad educativa y una imposición de modelos: religiosos morales o culturales.
- La lectura individual - "edificante".
  Hay libertad para elegir los textos y apropiarse de los mismos. Participan los deseos del lector. No hay una sola interpretación. No hay control acerca de la manera de leer e interpretar. El lector es protagonista y cobra valor la recepción.

Petit nos recuerda que, a través de la historia, la posesión del lenguaje escrito ha sido un instrumento para acrecentar el prestigio y la autoridad frente a los semejantes. En tal sentido, el dominio y la enseñanza de la lectura y la escritura han sido motivo de claros ejemplos de ejercicio de poder; como testimonia en su película *Tareas de la tarde* del realizador iraní Kiarostami.(6)
El recorrido por la historia del libro y la lectura son útiles, también, para dejar al descubierto los temores del poder frente a la libertad del lector en las diferentes épocas; pero a este tema nos referiremos más adelante.

El lector
No es pasivo frente al texto
Desarrolla una actividad productiva
Rescribe
Desplaza los sentidos
Modifica y es modificado por el texto
No es una página en blanco donde se imprime el texto
Introduce su fantasía, su sensibilidad, su mundo interior
Entrelaza sus palabras con el texto
Encuentra los caminos para dominar la lengua

Literatura
Lengua que escapa al poder
La lengua en permanente revolución
Engaña las estrategias de la lengua oficial

(6) También conocida como Tarea para el hogar [título original: Mashq-e shab]. 1989. 16 mm. Irán.

"... es la revolución permanente del lenguaje [...] su poder radica en los desplazamientos que opera sobre el lenguaje" nos dice Roland Barthes.
Y para referirse a la literatura, Petit se sumerge en el testimonio de los escritores. Serán sus aliados para caracterizar la experiencia inédita y renovada de la lectura estética, de la lectura de la obra literaria. Nos dice que "ellos nos ayudan a poner en palabras nuestros estados de ánimo, emociones, sensaciones [...] Nos ayudan a escribir entre líneas nuestra historia".
Finalmente Petit, a partir del testimonio de los jóvenes, accederá a nuevas perspectivas en su caracterización de la experiencia lectora. Comienza a desarrollar su trabajo de campo en los suburbios de Paris con jóvenes inmigrantes y marginados, esa misma juventud que los medios de comunicación asocian con el aumento de la violencia, la droga o la delincuencia.

¿Por qué Petit elige ponerse del lado del lector?
¿Qué entiende por democratización de la lectura?

Adhiere a las nociones de los historiadores Chartier y Cavallo(7) en que: "La lectura compartida vuelve más fluidas las adhesiones, ya sean familiares o comunitarias, o políticas y religiosas". Nos dice que "muchos políticos e intelectuales hacen un llamado a la recuperación de la cultura como patrimonio común y enunciado de valores". Y manifiesta que volver sobre la idea de un canon de lecturas común, es volver a la idea de que los textos pueden modelar a quienes los leen.
Su propuesta es volver sobre las historias singulares de lectura y los posibles desplazamientos que provoca. Así mismo, revaloriza la misión biblioteca pública en una dimensión cultural y social, al considerar sus capacidades contra los procesos de exclusión.
La formación psicoanalítica de Petit enriquece las perspectivas y da lugar a la convivencia de miradas; cuando sintetiza hacia el final del capítulo que "los determinismos sociales" (grupo, lugar, orden social) deviene y se traducen en historias singulares. Que las historias subjetivas pueden cambiar a partir de ciertos encuentros. Su hipótesis será a partir de ahora que "el

(7) Cavallo, Guglielmo y CHARTIER Roger, Historia de la lectura en el mundo occidental. Madrid, Taurus; 2001.

encuentro con la biblioteca, un bibliotecario u otros lectores pueden modificar una historia individual".
En este punto, la lectura puede "abrir un universo de lenguaje [...] recomponer una estructura de identidad [...] o en el encuentro con una cultura o un patrimonio, volverse actor de la propia vida".

La lectura en el tiempo - La mirada de los historiadores

Unos párrafos más atrás, hemos mencionado la opinión de dos historiadores: Guglielmo Cavallo y Roger Chartier; dos ineludibles especialistas en el campo historiográfico del libro y la lectura, quienes han emprendido la importante tarea de dirigir y coordinar una de las obras actuales más relevantes en torno al tema *Historia de la lectura en el mundo occidental*, traducida del francés al español y editada en el año 2001 por Taurus en España. Reúne la investigación de los más reconocidos especialistas para tratar de reconstruir, en sus diferencias y singularidades, las maneras de leer que, desde la antigüedad clásica hasta la actualidad han caracterizado la cultura occidental.
Me animo a sugerirle la lectura de al menos dos momentos de este libro: su introducción y el capítulo "Leer por leer: Un porvenir para la lectura" de Armando Petrucci. Si tienen la oportunidad de encontrarse con esta obra (hoy difícil de encontrar en las librerías) no deje de hacerlo.
Les quiero recomendar también, otro libro recientemente reeditado (2005) por Emecé de Argentina que se titula *Una historia de la lectura*, de Alberto Manguel. Este trabajo se vuelve a publicar a diez años de su primera edición, podemos contar en Argentina con este trabajo de un argentino que reside en Francia y que escribió esta obra originalmente en inglés. El planteo de Manguel sobre el tema, su discurso y estilo narrativo nos mantienen muy cerca del texto mediante sus permanentes evocaciones y llamados a su propia historia lectora. La experiencia de Manguel, sus recuerdos, ponen en movimiento nuestra propia historia; sentimos que formamos parte de un diálogo en el que tenemos muchas cosas para decir. En tal sentido, no hay excusa para dejar pasar este libro de Alberto Manguel y disfrutarlo.

Retomando a Roger Chartier y Guglielmo Cavallo, ellos nos hablan de las tres grandes revoluciones en el campo de las prácticas de la lectura:

La primera revolución sucede en la Edad Media y se vincula directamente con el paso de la lectura en voz alta a la lectura silenciosa. Durante este período se "transforma la función misma de lo escrito", supera la necesidad de conservación de la época clásica y alcanza una dimensión intelectual. El lector se ubica de una manera novedosa frente al texto, lo interroga, lo desafía, piensa con él. El cambio se da a un nivel de paradigma de pensamiento y construcción del conocimiento. La lectura silenciosa no sólo permite una lectura más rápida, sino que brinda la posibilidad de volver sobre el texto, de memorizar, de anotar.

La segunda gran revolución de la lectura deviene en la Edad Moderna y se vincula (según la tesis clásica) con el paso de una lectura "intensiva" a una lectura "extensiva". Sus defensores vinculan esta hipótesis con el corpus de lectura. Del reducido mundo de los textos religiosos, el lector moderno se transforma en cierto modo en un "consumidor" de libros. Lee con rapidez y voracidad todo tipo de escritos; asimismo, pierde lentamente el respeto por lo escrito y somete los textos a sucesivas valoraciones críticas. No obstante, Cavallo y Chartier siguiendo la hipótesis de Reinhard Wittmann, proponen focalizar la segunda revolución de la lectura a fines del siglo XVIII, localizada geográficamente en Alemania, Francia e Inglaterra y motivada por "la multiplicación rápida de los periódicos, el triunfo de los pequeños formatos, el abaratamiento del precio de los libros debido a la reproducción fraudulenta, la proliferación de instituciones que permitían leer sin comprar, sociedades de lectura y bibliotecas circulantes".

Finalmente, durante el siglo XX asistimos a la tercera y última gran revolución de la lectura, generada por el advenimiento del libro electrónico y la circulación de textos por Internet. En primer lugar, debemos considerar las nuevas arquitecturas lógicas de este novedoso soporte de lo escrito. Hay una redefinición de la materialidad de la obra que se aleja del contacto físico con el libro; una nueva representación del texto originada a través de la pantalla aleja al lector del contexto que favorecía el códice. En cierto punto, el lector actual recupera la postura de la época clásica, por su analogía con

el rollo, se vuelve a una lectura vertical pero que mantiene las características del libro tradicional (numeración de la página, índices, tablas). Este cruce de prácticas genera una relación inédita con el texto al vincular los formatos.
Nace, además, la posibilidad del lector de intervenir sobre el texto, modificarlo, cortar, pegar; sintetizando las figuras del escritor, editor y distribuidor de la producción. Tarea restringida hasta el momento a la intimidad de la lectura, el lector adquiere el estatuto de un coautor; desaparecen así las diferencias intelectuales y las funciones sociales de cada uno de los agentes históricos del proceso de creación del objeto libro. Estas innovaciones demandan una redefinición de categorías:

> "Los conceptos jurídicos que definen el estatuto de la escritura (copyright, propiedad literaria, derechos de autor, etc.), con las categorías estéticas que, desde el siglo XVIII, caracterizan a las obras (integridad, estabilidad, originalidad) o con las nociones reglamentarias (depósito legal, biblioteca nacional) y biblioteconómicas (catálogo, clasificación, descripción bibliográfica) que fueron pensados para otra modalidad de la producción, la comunicación y la conservación de lo escrito".

La práctica de la lectura adquiere una nueva especificidad, no obstante aún es difícil establecer categorías y principios de análisis que permitan describir el proceso en toda su dimensión y valorar el impacto que este fenómeno produce en las diferentes prácticas y actividades que tienen por motivo al libro, la lectura, la escritura.
Hasta aquí hemos seguido las reflexiones de los historiadores Roger Chartier y Guglielmo Cavallo que nos han permitido contar con elementos concretos de valoración para entender nuestra realidad actual y la magnitud de los cambios a los que tenemos el privilegio de participar como protagonistas.
El advenimiento del texto electrónico suma a las variadas categorías de analfabetismo existentes en los diferentes países del planeta, una nueva forma de analfabetismo y exclusión social que no la hace tan diferente a las formas que podíamos observar desde la antigüedad clásica.

Podemos sumar a estas reflexiones y, como usted habrá podido observar, esta "historia de la lectura del mundo occidental" nos habla de un mundo muy alejado a los países latinoamericanos. La comunicación global, las redes, los contactos instantáneos, la circulación democrática de la información y la tan soñada posibilidad de alcanzar la biblioteca universal abren una nueva brecha social. Por un lado, cumplir el sueño de la información al instante; se eliminan las fronteras geográficas, temporales, institucionales; y por otro, la exclusión tecnológica e intelectual.
Desde hace muchos años los países más avanzados en el campo de la bibliotecología (los de habla inglesa, nórdicos y escandinavos) han advertido el cambio que los avances tecnológicos determinan en la circulación de la información y han desarrollado estrategias de alfabetización informacional y han evolucionado atentamente hacia una biblioteca híbrida que hace lugar a los conceptos de libro, lectura y escritura de las dos eras de las que somos protagonistas.
Los invito a conocer el trabajo que coordina Antonio Gómez Gómez en la Biblioteca Pública de Huelva (CCAA Andalucía) - Proyecto CALIMERA: Aspira a fomentar el trabajo cooperativo entre los diferentes equipamientos culturales del municipio. Las tecnologías emergentes son aplicadas al campo de la memoria local y el patrimonio cultural en archivos, museos y bibliotecas. Los invito a visitar esta página: www.calimera.org
La propuesta es un paso hacia delante en el campo de la biblioteca híbrida que mixtura la biblioteca física y la virtual. El desafío es la presencia de la biblioteca en Internet con el objetivo de democratizar la circulación de la información y garantizar el acceso a los saberes. La biblioteca respalda los contenidos, garantizando la confiabilidad de la información.

Lectores In / Con / Texto - Prefacio para una Colección

Si iniciamos nuestra búsqueda por la variedad de acepciones y significados que los diccionarios encierran acerca de la palabra colección podremos observar que:

- Proviene del latín *collectio*, *-onis*, id. Que deriva de *colligere* "recoger", "allegar".(8)

(8) COROMINAS, Joan. Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana. Madrid, Gredos, 1998.

- Que es un conjunto de cosas de la misma clase reunidas por alguien por gusto o curiosidad, o en un museo: "Colección de sellos [de porcelanas, de cuadros]".
- Conjunto de cierto número de composiciones literarias del mismo género o con alguna característica que las une, reunidas en uno o más volúmenes.
- Catálogo.
- Archivo, biblioteca, discoteca, exposición, gabinete, galería, Mediateca, museo, vitrina.
- Álbum.
- Pieza.
- Recolección.
- Conjunto.
- Mezcla.
- Montón.
- Serie.
- Que también es analectas, anecdotario, antología, compilación, fabulario, floresta, florilegio, miscelánea, muestrario, parnaso, ramillete, recopilación, repertorio, selección, selectas, suma.
- Que también es un herbario, un herbolario.(9)

Asimismo, nos podemos dejar llevar por nuestras intuiciones y sensibilidad. Estar atentos a las evocaciones que la imagen de colección pone en movimiento al liberarla en nuestra mente. Es una buena oportunidad para conocer algunos de los esbozos de definición que Diana Aisenberg recopila en su original *Diccionario de certezas e incertidumbres.*(10)

Colección:
- Actitud, amor, archivo, atención, capricho, documento, historia, legado, pasión, reconocimiento, recorte, registro, rescate, selección, tesoro.
- Basada en el desarrollo de una idea rectora.
- Material concentrado que sobre excita.

(9) MOLINER, María. Diccionario de Uso del Español. Madrid, Gredos, 2002.
(10) AISENBERG, Diana. Historias del arte. Diccionario de certezas e incertidumbres. Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2004.

También nos dice que: "El ave del paraíso macho busca, elige, clasifica y distribuye objetos tales como caparazones de crustáceos, caracoles, piezas de metal brillante e incluso llaves de coche sólo por el placer de la vista. Confecciona así la colección que presentará a la hembra en el afán de conquistarla."

> "Al despertar sentía un leve olor a sangre y sentía aquel aroma picante. Fue cuando empecé a poner muchísimos huevos, blancos, muy bellos, con perla, cristal y pedrería. Yo oculté muy bien la colección, pero algún día la mostré.
> Unos dijeron: ¡No puede ser!
> Otros dijeron: Es verdad.
> Entonces, yo salí de mi lecho.
> Afuera, proseguía el confuso mundo.
> Y adentro se cumplían mis diabólicos y fragantes casamientos."
> Marosa di Giorgio

[...] rescatar cosas, cosas valiosas, del descuido, del olvido, o sencillamente del innoble destino de estar en la colección de otro en lugar de la propia.
"Toda antología (colección de flores) debería ser -por definición-, objetiva, completa y justa" dice el poeta argentino Arturo Carrera y nos cuenta la historia del ramo de flores que le obsequiara Antonin Artaud a Pauline Thevenin. Ella dice: "la imagen que damos de Artaud habitualmente está muy alejada de la realidad. Sin duda, él exigía mucho de los que lo amaban, pero era muy atento, aunque no lo pareciera, y de una gran gentileza. Poco después de nuestro primer encuentro, vino una tarde a casa trayendo un enorme ramo. 'Este ramo representa toda una conciencia, y es la suya. Elegí las flores una por una y lo compuse yo mismo' dijo ofreciéndomelo. Haciéndome observar cada flor recompuso el ramo ante mis ojos: en el centro, dos rosas, una blanca y una rosa (que el ramo empezara por esas dos rosas tenía para él una importancia extrema); arriba, tres claveles, uno amarillo, uno rojo, y el tercero matizado, rojo y blanco; una dalia color fuego y una dalia rosa; a la derecha y a la izquierda dos margaritas

blancas; otra margarita rosa en lo bajo del ramo rodeado de ramas de roble y helechos. No conozco el lenguaje de las flores; si lo hubiera conocido no me habría enseñado nada. Lo que sé es que jamás hube recibido un ramo que planteara tantas preguntas, que dijera tantas cosas, y probablemente nunca recibiré otro igual". "Toda antología" dice Carrera "debería ser ese ramo".(11)

Toda colección de una biblioteca, decimos ahora nosotros, debería ser ese ramo. Un ramo de flores frescas detenidamente elegidas; y cuya disposición atiende a sus aromas, formas y colores; a sus texturas, tamaños y familias.

Imaginar una colección compuesta de sutilezas, pequeñeces, sobresaltos es tal vez una extraña tarea de coleccionistas. Tarea obsesiva y apasionada por encontrar aquel objeto único y diferente que ilumina las piezas que lo acompañan. El que se recorta solitario para nutrir de significados al ramo que lo contiene.

Imaginar una colección que se conforma con el impulso de materialidades y discordancias; en la que se mezclan el silencio como rastros de palabras, el dibujo, el trazo, es también imaginar, de alguna manera, los rostros, la expresión, el anhelo de ese lector que imaginamos.

Artaud al armar su ramo eligió, desechó, organizó, combinó inspirado en la expresión de Pauline, en su "conciencia" como él mismo dice. El ramo, en ese mismo instante se convierte en la posibilidad de ir más allá, de hacer contacto con zonas desconocidas del que lo recibe.

La singularidad de la pieza tiene que ver inevitablemente con la singularidad de un destinatario que renueva los placeres y obsesiones del coleccionista en cada acto de acercamiento a la misma.

Toda colección debería aspirar a convertirse en ese florilegio de estímulos que traspasa las barreras de la convención en su intento por detonar en zonas inexploradas de cada lector pensado. Cada flor elegida por lo extremo de su belleza o rareza, las que nacen solitarias, las que nacen a la sombra de otras, las que no han probado el agua. Aún, las que prefieren marchitarse sin ser vistas.

Y luego, los helechos, el ramaje que las corteja y las acompaña. El que sostiene y cohesiona el ramo. La suma. Los familiares cercanos y lejanos

(11) Monstruos Antología de la Joven Poesía Argentina. Selección y Prólogo de Arturo Carrera. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001.

que dan origen a todas las posibles sintaxis de lectura. Como no hay un ramo igual al otro, no hay un destinatario que se repita. Cada vez que se renueva la entrega, se renueva el vínculo. En tal sentido, las percepciones y ordenamientos individuales serán el resultado de cada nueva experiencia.

Cada ramo sintetiza la paciencia, obsesión y destreza de sus autores. Llevará sus marcas, sus miradas. Es tarea del florista señalar el norte a la manera de un imán que reúne las partículas metálicas a su alrededor. Cada florista define la especificidad del contenido y dispondrá los recursos para dar el acabado al ramo.

Para finalizar

A la manera del diccionario de Diana Aisenberg, las intuiciones siembran nuestro quehacer en este campo de trabajo.

Desconocemos los caminos de la certeza; por eso, una y otra vez intentamos encontrar las llaves, las pistas que nos llevan a los aciertos. Nos guía lo indescifrable, el por hacer, lo incompleto de las nuevas presencias.

¿Alcanzaremos ese lugar, ese refugio de incertidumbres? ¿O sólo deberemos conformarnos con la estabilidad precaria de un ramo de flores brillando en la oscuridad?

¿Será que el desajuste de lo inacabado se convierte en la única inabarcable y reveladora certeza?

Como el ramo de Artaud, un ramillete de preguntas que aún quedan por responder, las que darán origen a nuevos interrogantes a partir de ahora.

Aproximaciones conceptuales a Patrimonio, las problemáticas de las colecciones permanentes, museografía y guión museográfico

Por Prof. Museólogo Tomás Ezequiel Bondone

Tomás Bondone. Profesor de dibujo, Museólogo y Archivero. Es profesor Titular de la Cátedra Organización y gestión cultural, de la Tecnicatura Superior en Fotografía de la Escuela Superior de Artes Aplicadas Lino E. Spilimbergo. Ha realizado diseños museográficos y montajes de exposiciones en el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa, en el Museo Histórico Provincial Marqués de Sobre Monte, en la Sala de Exposiciones de Ciudad de Artes y en diversos museos de Bellas Artes. Desde 2005 es curador de la Fundación OSDE, Espacio de arte Contemporáneo en Córdoba y Premio Argentino de Artes Visuales OSDE Córdoba. Ex Coordinador del Área Registro y Catálogo en el MALBA Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires - Colección Costantini; realizando además tareas de coordinación de montaje y gestión de la colección. Colaborador de las ferias ARCO/ Madrid.

El Patrimonio definido

En esta última sección de este capítulo, les presento una manera de acercarse a saberes básicos para la gestión de patrimonio, museos y turismo cultural, apoyado en mi experiencia personal como Museólogo, miembro del ICOM (Consejo Internacional de Museos), como colaborador de la Feria Internacional de ARte COntemporáneo de Madrid (ARCO) y como profesor de Bellas Artes, además de mi estrecha relación con la colección del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa y mi trabajo de asesoría al Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA).
El patrimonio es cosa de todos, tiene que ver con el intelecto pero también con las emociones. La contemplación, la comprensión, el disfrute, la motivación y el respeto son algunas de las experiencias y sensaciones que un profesional de la gestión del patrimonio tiene que procurar transmitir. El patrimonio no tiene sentido al margen de la sociedad, una adecuada gestión del mismo permite devolver el patrimonio -que viene del pasado-, a la sociedad del presente para que esta pueda legarlo al futuro.
La clave está en encontrar el equilibrio entre conservación y uso.

¿Que entendemos por Patrimonio?

La palabra patrimonio viene del latín; es aquello que proviene de los padres. Según la definición del diccionario, patrimonio son los bienes que poseemos, o los bienes que hemos heredado de nuestros ascendientes; lógicamente, también es aquello que traspasamos en herencia.

El Patrimonio como herencia y como cultura

Sabemos que patrimonio cultural es el legado a través del cual un pueblo se reconoce a sí mismo, en su propia identidad, en su memoria colectiva y rasgos históricos y sociales singulares.
Dentro de ese concepto hay dos aspectos: el del patrimonio material o físico, -que refiere a edificios, lugares y objetos-, y el del patrimonio inmaterial o intangible, -que alude a valores, creencias, símbolos y representaciones.
Como constructo social, el patrimonio adquiere entidad en lo que podemos llamar el mundo de la realidad y se manifiesta en lo que el sentido común denomina vida cotidiana.
Se presenta como una realidad interpretada por los hombres y, para ellos, adquiere el significado subjetivo de coherente. Coherencia que, principalmente, es el producto de la interacción social entre sujetos, persistente en el tiempo y generadora de sentido. Así las asignaciones de valor sobre las que se objetiva la definición y existencia de los bienes culturales tanto del patrimonio intangible como del tangible, son el resultado de la perdurabilidad en el tiempo de procesos intersubjetivos de intercambio de prácticas sociales, según un patrón de identidad cultural, siempre tributario de la cultura de referencia.
Es una convención social, un acuerdo logrado de manera subjetiva (tácita, podría decirse) entre un grupo de individuos que comparten los mismos códigos y la misma realidad.

En suma, cada cultura genera su propio sistema de valor o patrón de asignación de sentido, que es en cada caso lo que determina la existencia de un bien del patrimonio cultural.
Si la idea de patrimonio de asocia a la de valor y, al mismo tiempo, este valor sirve para establecer algún tipo de vínculo entre individuos, -es decir que genera un nexo entre transmisor y receptor-, podemos decir que patrimonio es un activo valioso que transcurre del pasado al futuro, relacionando a las distintas generaciones (herencia).

El Patrimonio histórico como mensajero de cultura

> Cultura es un entramado de ideas que se ponen en manifiesto mediante los actos y los artefactos que el ser humano produce y transmite con el fin de adaptarse al entorno en el que ha de vivir y procrearse.(1)

La noción de patrimonio está asociada a la idea del paso del tiempo. El transcurrir del tiempo hace que los individuos y los grupos contrapongan el presente al pasado, fundamentando las nociones de continuidad o cambio histórico y cultural. Por varias razones, la comparación entre espacios de tiempo diferentes adquiere perfiles muy nítidos si hay objetos de por medio que ayuden a contrastar. Así, se comprende que los objetos, gracias a sus propiedades fundamentalmente de materialidad y solidez, tienen la ventaja de durar, en algunos casos, más que las personas, presentándose a nuestros sentidos de una forma que admite poca discusión. La filósofa Hannah Arendt(2) se expresó con rotundidad cuando escribió: "Contra la subjetividad de los hombres se alza la objetividad de los objetos creados por el hombre". La materialidad y durabilidad propia de algunos objetos los hace buenos agentes transmisores de mensajes a través del tiempo, debido a que los datos de contenido cultural permanecen inscriptos en forma indeleble por un lapso más o menos largo. Las nociones de continuidad y cambio, contraste o falta de él, identificación entre presente y pasado, se dibujan claramente gracias a estos objetos.

El patrimonio material, entonces, está formado por objetos que permanecen a pesar del paso del tiempo, en uso o en un museo y, ya que el paso del tiempo es la esencia de la historia, es interesante en cierto sentido contemplar al patrimonio como los *objetos de la historia*. Bajo este prisma, se obtiene un principio integrador de toda una serie de enormemente diversa, casi inabarcable, de testimonios materiales del quehacer humano, unos muy imponentes y celebrados y otros muy modestos y apenas perceptibles, que comunican cosas a quien quiera interesarse por ellas, que hablan de culturas y civilizaciones, de prácticas y de costumbres, de creencias y rituales. Así, se incluye en la misma bolsa objetos artísticos, -como el cuadro de Las lanzas de Velásquez-, arquitectura monumental, -como

(1) S, Beckow, 1982,116.
(2) H. Arendt: La condición humana, Seix Barral, Barcelona; 1974.

las pirámides de Teotihuacan-, documentos escritos, objetos arqueológicos, -como los restos de las cerámicas de las culturas de Condorhuasi en el norte argentino-, para nombrar algunos ejemplos. Historiadores, antropólogos, arqueólogos, museólogos y otros científicos abordan el patrimonio desde muy distintas ópticas y diversas tradiciones disciplinarias.

Conservación del patrimonio

Objetos y memoria interactúan necesariamente mientras se van perdiendo. En el plano colectivo de los pueblos, esto se refleja de forma parecida: cuánto más rápido crece un país y más se desarrolla económicamente, más probable es que sufra un fuerte deterioro del legado material e inmaterial de su historia y, mientras tanto, la memoria colectiva se hace cada vez más necesaria, aunque sola no baste. El llamado *progreso*, con su lógica de cambio y transformación, se lleva por delante casi inevitablemente fragmentos enteros de un entrono cultural construido poco a poco. Con el paso del tiempo se pierden los lazos tangibles (las obras, los objetos) y también la memoria. Como esto representa una pérdida, la humanidad históricamente ha reaccionado desarrollando prácticas conservacionistas. En la era de la realidad virtual y la simulación informática, los objetos de la historia cumplen su misión tradicional del mismo modo que siempre. Sin embargo, la nueva visión del mundo los hace más insustituibles que nunca: son un pedazo de realidad, una prueba indiscutible y permanente.

Gestión patrimonial

La conciencia patrimonial ha descubierto también que la conservación por la conservación puede llegar a ser un absurdo, por lo que se ha tenido que pensar en nuevos usos para el legado preservado. **Gestión del patrimonio** es un conjunto de actuaciones programadas con el objetivo de conseguir una óptima conservación de los bienes patrimoniales y un uso de estos bienes adecuado a las exigencias sociales contemporáneas. Superando las concepciones tradicionales que limitaban el cuidado o tutela del patrimonio al estudio y a la conservación, se han redescubierto posibilidades de

una gestión integral del patrimonio, sin menoscabo de su preservación y de su valorización social. Esta nueva manera de gestionar el patrimonio se logra a través de estrategias de trabajo en equipos interdisciplinarios con la concurrencia plena de la comunidad, alcanzando un sistema abierto e interactivo.

La conservación del patrimonio histórico tiene como punto de partida la conservación de determinados objetos especialmente apreciados, producidos por la actividad humana en un pasado más o menos lejano, que ha perdurado hasta el presente. Estos objetos y lugares se presentan de forma muy diversa, algunos mantienen un uso que apenas se diferencia del uso que han tenido siempre, como sucede con muchos edificios, por ejemplo la Iglesia de la Compañía de Jesús (Córdoba) que continúa cumpliendo con sus funciones. Otros objetos han sido aislados en un museo, como desgajados de su lugar de origen, ajenos al contexto que les es propio.

Existen también los lugares, los puntos en un mapa, como un paraje en donde tuvo lugar tal o cual batalla o un rincón en la ciudad donde sucedió algún acontecimiento. En esos lugares especialmente designados se alzan los monumentos, consagrados a la memoria histórica de una comunidad o un pueblo. Muchos no son más que restos fragmentados o humildes ruinas, yacimientos arqueológicos.

Las sociedades avanzadas no paran de crear patrimonio, ceden a la presión social a favor de *patrimonializar* una parte considerable de su entorno. Hay muchas razones para ello: la amenaza real de desaparición de una parte del legado material y la posibilidad de rescatar ese legado.

Recursos patrimoniales: los procesos de selección

La gestión patrimonial debe partir, en la práctica, del hecho de que existe una limitación clara del potencial de recursos a explotar. Todo recurso, sea natural o cultural, es por definición escaso, limitado y, en el caso particular del patrimonio histórico, es un bien no renovable. Entendiendo por bien no renovable aquel que cuando se pierde, no es intercambiable con otro de similares características.

Otro punto es que los potenciales recursos patrimoniales vienen limitados por procesos naturales de sustitución: una casa nueva sustituye en su lugar a una antigua, o de forma parecida en Europa una iglesia románica fue sustituida por una gótica, por necesidades de ampliación y modernización de lugar de culto. No todos los bienes que integran el patrimonio histórico ofrecen las mismas posibilidades, tienen el mismo valor científico o educativo, son estimables en la misma medida, están por igual a nuestro alcance ni del mismo modo amenazados.
A la vista de las limitaciones seria ingenuo pensar que todavía se puede y se debe salvar de la destrucción la mayor parte de los recursos patrimoniales existentes. Ni es posible, ni es necesario. Pero ¿están todos los recursos realmente identificados e inventariados?, ¿qué ocurre con los recursos que están aún enterrados o bajo el agua?, ¿qué nuevos recursos consideraremos como patrimonio en un futuro próximo?
Para abordar esta problemática se establece un método de selección que parte de establecer unas prioridades con el fin de orientar los esfuerzos de investigación y de conservación hacia el patrimonio más representativo y rico en posibilidades de uso, según los criterios dominantes en cada momento, procediendo a una discriminación que, no obstante, estará condicionada por factores de carácter legislativo, administrativo, económico y político. Por lo tanto, la gestión patrimonial tiene como primera misión la realización de una cuidadosa selección para luego encontrar los usos más adecuados y socialmente más beneficiosos para esos bienes que se han decidido conservar.

Por último, es necesario determinar el destino de estos bienes, que en principio son tres, no necesariamente excluyentes:

- El estudio, es decir, se reserva el bien para la ciencia.
- La explotación con fines sociales, como instrumento educativo, como atracción y como polo coadyuvante al desarrollo sostenible de la zona.
- La reserva, es decir, la fracción de patrimonio identificada que se protege y sella para preservar sus beneficios para un futuro.

Existe un cuarto destino que es el consumo individual de bienes patrimoniales, pero no puede ponerse a la altura de las otras categorías por su carácter de uso privado y porque está fuera del control social.

Contextos de selección

Antes de hablar de personas o instituciones responsables de los procesos de selección, hay que referirse a los contextos de selección, que interactúan entre ellos y se influyen mutuamente:

- Contexto científico-profesional, enmarcado en la actividad académica y de investigación.
- Contexto societario-civil representado por la actividad asociacionista, asociaciones culturales y conservacionistas, organizaciones no gubernamentales y entidades sin fines de lucro.
- Contexto político-administrativo enmarcado en las administraciones publicas, que actúan de acuerdo a la ley y ejecutan las provisiones establecidas por las normativas vigentes. También se toman iniciativas preservacionistas a instancias de los demás contextos y de acuerdo a las demandas de la sociedad.
- Contexto económico enmarcado por las relaciones económicas que tienen lugar en la sociedad.

Todos estos contextos están mediatizados por el ambiente, las tradiciones, las modas, las ideas vigentes, etc.
Ahora bien, ¿cuáles son los valores de referencia para realizar una selección de patrimonio? Al introducir la noción de valor partimos de la idea de que el patrimonio vale por lo que se atesora, así como por las utilidades que pueda tener: **su valor como recurso** (recuerde lo planteado en el tercer módulo de este curso, específicamente en el punto 3.2). Estos valores han sido agrupados por estudiosos en cuatro grupos: asociativos, estéticos, económicos e informativos-científicos. Asimismo, estos valores están abarcados más ampliamente por tres grandes categorías convencionales que son: valores de uso, de forma y valores simbólicos.

- Al considerar un valor de uso, se evalúa el bien en tanto que sirve para satisfacer alguna necesidad concreta, sea individual o colectiva o para dar respuesta a algo. Puede darse un uso inmediato y concreto y un uso menos inmediato e intangible. Apreciamos el valor de uso tangible cuando las cualidades del bien, como su materialidad, fortaleza, forma y posibilidades de uso práctico, sirven para satisfacer una necesidad o un deseo. Apreciamos el valor de uso intangible al comprobar que podemos obtener información directamente del bien y que puede ser de utilidad para nuestro conocimiento del mundo.
- Por el valor formal se valora el bien en función del placer estético y la emoción que proporciona, pero también en función de otros atributos difíciles de conceptuar, tales como rareza o apariencia exótica.
- Y, finalmente, el valor simbólico de un bien se evalúa en función de su poder de evocación o de representación, en relación a su origen, a su creador o a sus usuarios en el pasado con el presente. El bien simbólico del objeto actúa como presencia sustitutiva de alguien o algo. Al considerar un valor simbólico, se abordan los objetos como vehículo de transmisión de ideas y contenidos. Pero el significado de los contenidos simbólicos no es fijo ni eterno, varía con el tiempo. El objeto tiene la virtud de representar un mundo y, por otro lado, la facultad de acumular y llevar consigo a través del tiempo nuevos significados que varían a los ojos de los sucesivos curiosos que se interesan por el objeto. Además, va adquiriendo una gama de significados de carácter simbólico que se fijan en el imaginario social de cada generación. Por lo tanto, con el tiempo el bien patrimonial no sólo va adquiriendo nuevos significados sino también nuevos valores.

Funciones de la Gestión patrimonial

Tras la elección del bien patrimonial se produce normalmente una segregación del objeto respecto al lugar o contexto original, su transporte al museo con la intención de reubicarlo en relación a otros objetos seleccionados. Es la fase taxonómica del proceso de construcción patrimonial, que tiene como objetivo catalogar los objetos en base a un sistema clasifi-

catorio regido por criterios científicos y normas culturales. Así, el conocimiento disciplinar indica la manera de proceder para identificar correctamente los objetos que pasarán a ser parte del legado material. Los museos y determinados agentes profesionales, públicos y privados, serán los encargados de desarrollar tareas de específicas de documentación, conservación y restauración. Escuelas, universidades, museos y profesionales independientes, así como diversos organismos gubernamentales, evaluarán y dispondrán de los medios para cubrir las necesidades de interpretación y divulgación del patrimonio.
Las principales funciones que tienen encomendadas estas instituciones son:

- Identificar, recuperar y reunir grupos de objetos y colecciones.
- Generar la documentación pertinente (catalogación e inventariado).
- Asegurar su conservación.
- Realizar trabajos de investigación.
- Promover y organizar exposiciones públicas.
- Interpretar y producir información.

Las primeras cuatro funciones constituyen la bases del trabajo de cualquier institución patrimonial, siendo las funciones más tradicionales e históricamente reconocidas. Las dos últimas, más investigación, -que es irrenunciable desde ambas facetas-, están relacionadas con la dimensión pública o social de la gestión patrimonial.

Patrimonio y Museos hoy

El desarrollo museológico y patrimonial de la segunda mitad del siglo XX se enmarca en un cuadro complejo en el que intervienen fenómenos y procesos como los siguientes:

- La progresiva mundialización de las relaciones políticas, económicas y culturales reforzadas por la descolonización y aparición de las tensiones norte-sur.

- Ascenso de la democracia social que reclama de la Administración pública la asunción de nuevas responsabilidades sociales en asuntos relacionados con la cultura.
- Aceleración de los procesos de regionalización y descentralización administrativa que favorecen el reencuentro o redescubrimiento del territorio y suman en el auge de lo local.
- Extensión de la educación y puesta en marcha de procesos de renovación pedagógica.
- Explosión consumista de una sociedad más abierta y participativa en la que los medios de comunicación de masas adquieren una gran influencia.
- Aparición de una cultura del ocio y el tiempo libre del turismo de masas, que favorece el consumo cultural.

Considerado globalmente el movimiento conservacionista y, en concreto, los museos y las instituciones, se constata que el empuje de tendencias ya esbozadas anteriormente llevan a plantear, sobre todo en el último tercio de siglo, los siguientes desafíos:

- El crecimiento del número de museos y de la demanda de conservación tanto en el ámbito de la naturaleza como en el de la cultura, con el consiguiente aumento de los costes de la conservación.
- La regionalización a distintos niveles que lleva el fenómeno de la conservación y puesta en valor del patrimonio a casi todos los rincones del mundo.
- El incremento extraordinario de la audiencia del patrimonio y los museos.
- La renovación de los mensajes y de la forma de comunicarlos que van, a través de medios muy distintos, de la exposición convencional a Internet.
- La gestión administrativa que progresa empujada por el desarrollo industrial y la aparición de una genuina cultura empresarial, con el objetivo de dar un servicio mejor a más gente, con un coste más ajustado.

Las tipologías museísticas disciplinarias y las nuevas museologías

Existe una forma aceptada y tradicional de clasificar a los museos según la disciplina a la que se refieren las colecciones que conservan. Así, se habla de museos de arte, museos de historia, museos de ciencia y técnica, etc., y se comprende bastante bien, aunque no se solucione el problema del todo ante la diversidad que presenta el panorama museístico y la natural tendencia a la pluridisciplinariedad de muchos museos.
La museología o ciencia de los museos, preocupada por el rigor científico de su quehacer, ha procurado establecer orden en la maraña de los museos aportando criterios clasificatorios, aunque sin pretender fijar un sistema definitivo, ya que una clasificación universalmente aceptada y válida para todos los casos, situaciones y concepciones museológicas difícilmente pueda existir. El ICOM(3) ha participado en este debate y ha establecido su **Sistema de Clasificación de Museos**, atendiendo a la naturaleza de las colecciones:

1. **Museos de arte**
   Museos de pintura
   Museos de escultura
   Museos de grabado
   Museos de artes gráficas
   Museos de arqueología
   Museos de artes decorativas y aplicadas
   Museos de arte religioso
   Museos de música
   Museos de arte dramático, teatro y danza.

2. **Museos de historia natural**
   Museos de geología y mineralogía
   Museos de botánica y jardines botánicos
   Museos de zoología, jardines de zoología y acuarios
   Museos de antropología física

(3) ICOM: Internacional Council of Museums, Consejo Internacional de los Museos, dependiente de la UNESCO, creado en París en 1947.

3. **Museos de etnografía y folklore**

4. **Museos históricos**
   Museos biográficos (de grupo)
   Museos de objetos y recuerdos de época
   Museos conmemorativos
   Museos biográficos (de un personaje) o casas-museo
   Museos de historia de una ciudad
   Museos histórico-arqueológicos
   Museos de la guerra y el ejército o museos militares
   Museos de la marítima

5. **Museos de las ciencias y las técnicas**
   Museos de física
   Museos de los mares y oceanográficos
   Museos de medicina y cirugía
   Museos de técnicas industriales
   Museos de manufacturas y productos manufacturados

6. **Museos de ciencias y servicios sociales**
   Museos de pedagogía, enseñanza y educación
   Museos de justicia y policía

7. **Museos de comercio y comunicaciones**
   Museos de la moneda
   Museos de los transportes
   Museos de correos

8. **Museos de agricultura**

Estas o cualesquiera otras categorías funcionan como herramientas útiles en muchos casos para trabajar con los museos. Sin embargo, como apuntábamos, no pueden entenderse como axiomas, especialmente en nuestros días, cuando los museos tienden a abrirse cada vez más al mundo.

Atentos al desarrollo de las ciencias humanas y sociales, a puntos de vista renovadores del papel del hombre en sociedad y de su forma de intervenir en el medio y, por ende, a una exigencia de mayor interdisciplinariedad, buscan la integración de saberes y experiencias y la experimentación con nuevas formas de comunicación. Las barreras se difuminan de forma gradual. Quizás ha sido el ecologismo el punto de vista que más ha contribuido a poner de relieve la necesidad de integrar y generalizar. El paradigma ecologista ha llamado la atención sobre la necesidad de contemplar la evolución del entorno en su globalidad, con la acción humana como primer elemento transformador. Así pues, en tanto que cultura y ecosistema constituirían dos sistemas complejos en continua interacción, separarlos también museológicamente constituye un error.

La misión de los museos

Los conceptos tradicionalmente vigentes sobre la naturaleza y objetivos de los museos, mayoritariamente se asientan sobre una base disciplinar construida en el siglo XIX. A tal fin, existe una clasificación más elemental que distingue entre cinco grandes campos tradicionales, a saber: muesos de arte, museos de historia, museos de etnología, museos de ciencia y técnica y museos de ciencias naturales.

Museos de arte

Algunos de los más grandes y prestigiosos museos del mundo son reconocidos como museos de arte aún cuando mantienen un carácter generalista de acuerdo con su estatus nacional y su trayectoria histórica. Entre ellos podríamos contar al Louvre de París(4) o al British Museum(5) de Londres. Otros como los Uffizi(6) de Florencia, el Prado(7) de Madrid, el Hermitage(8) de San Petersburgo, o la National Gallery(9) de Londres, fundados originalmente como colecciones privadas de una casa real, han conservado rasgos de sus primeros tiempos, como su especialización en pintura. Otros, como el Museo de Arte Moderno(10) de Nueva York, se han volcado hacia el arte del siglo XX, como cabía esperar de museos mo-

(4) http://www.louvre.or.jp/louvre/espanol.htm
(5) http://www.thebritishmuseum.ac.uk/spanish/index.html
(6) http://www.polomuseale.firenze.it/english/musei/uffizi/
(7) http://museoprado.mcu.es
(8) http://www.hermitagemuseum.org/
(9) http://www.nationalgallery.org.uk/
(10) http://www.moma.org

dernos nacidos en países modernos. Incluso algunos más, como el Museu Nacional d'Art de Catalunya(11), vástago de un país antiguo, se han consagrado modernamente gracias al mecenazgo de la sociedad civil. Todos los países del mundo han pretendido crear algún gran museo nacional de arte que fuera espejo de lo mejor que podía ofrecer el país.
Se consideran museos de arte aquellos museos que reúnen colecciones de obra artística, es decir, formadas por objetos cuyo mérito principal reside en los valores estéticos que atesoran. La mayoría de los museos de arte se originan a partir de un coleccionismo de elite, privado o público, que reúne objetos excepcionales, fruto de una actividad artística específica y dotada de una alta calidad formal. Las colecciones de arte han sido tradicionalmente divididas en tres categorías según el tipo de objeto que perseguían:

- **Bellas Artes**, que reúne objetos artísticos, fundamentalmente obras de arte de pintura, escultura y grabado, que deben su existencia a un acto creativo singular. La música es ciertamente una de las bellas artes, por lo que la mayoría de los llamados museos de música son de hecho museos de historia de la música.
- **Artes decorativas**, que reúne objetos artísticos que han sido creados para ser directamente útiles, es decir, subordinados a determinados fines, sin menoscabar su alta calidad estética.
- **Artes populares**, que reúne objetos dotados de calidad artística creados por la gente corriente de acuerdo a una tradición y no por artistas. Advirtamos que como consecuencias de su autoría, las colecciones de artes populares a veces se confunden con las colecciones etnográficas. Aunque también sucede a menudo que colecciones de objetos artísticos en museos de arte estén formadas mayormente por objetos obtenidos fruto de actividades arqueológicas.

El museo de arte puede tener diversos cometidos, pero es muy probable que entre éstos figuren alguno o algunos de los siguientes, aparte del común de conservar un patrimonio para la posteridad: explicar la historia del arte por fases o etapas, mostrar la trayectoria artística de una región o país en determinadas etapas de su historia, difundir los méritos de un

(11) http://www.mnac.es/

artista o escuela, educar el gusto del público, estimular la creatividad de la gente y el aprecio general hacia el arte, servir de laboratorio de experiencias artísticas de modo que, aparte de conservar manifestaciones artísticas, sea sobre todo un espacio para la creación.
El alto valor económico alcanzado por el mercado del arte en las últimas décadas, la amplia influencia del prestigio del arte entre las capas medias de la población y el proceso de ritualización experimentado por el arte contemporáneo, han favorecido la creación de fundaciones privadas dedicadas a la divulgación de un artista, como es el caso de la Fundació Miró(12) y la Fundació Tápies(13), las dos en Barcelona. También han favorecido una cosecha reciente en las grandes ciudades de Europa, Japón y América del Norte de museos emblema, asimismo muy característicos de la experiencia posmodernista, en los que el continente es tanto o más importante que un contenido a veces parco y segmentado. Sería el caso de museos volcados a la contemporaneidad, con brillantes instalaciones arquitectónicas como el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires.(14)

Museos de historia

El interés por el pasado de los pueblos es un fenómeno constatable desde la antigüedad, por ello puede rastrearse el origen de los museos de historia remotamente en el tiempo. Pero fue el Renacimiento la época que puso las bases del museo de historia moderno con su culto a los grandes hombres y su fervor por los logros de la civilización. El siglo XIX representó la gran eclosión este tipo de museos al calor del historicismo. El interés por el pasado no ha cesado en el siglo XX: al contrario, más interés hay por la historia escrita, la fabulación histórica o el museo de historia; un museo de historia, el de este siglo, es seguramente menos rígido y disciplinario que el del siglo anterior. Es difícil definir al museo de historia, puesto que en cierto sentido todos los museos son museos de historia. Las colecciones de historia acostumbran a estar formadas por objetos de signo muy diverso: objetos que ilustran la evolución de determinados oficios, recuerdos personales de personajes históricos, grupos de objetos de artes decorati-

(12) http://www.bcn.fjmiro.es/
(13) http://www.fundaciotapies.org/
(14) http://www.malba.org.ar/

vas de una época determinada, objetos arqueológicos, armas, artefactos asociados al transporte y las comunicaciones, etc. Los museos de historia tratan sobre personas, colectivos, países, procesos. Su misión es recrear personas y mundos desaparecidos, una tarea enormemente difícil, puesto que sabemos que todo intento de reconstrucción histórica será parcial y acarreará necesariamente problemas de interpretación, de valoración en los testimonios utilizados, problemas de distanciamiento, de conciencia incluso y conllevará exclusiones de algún tipo.

En síntesis, un museo de historia es una institución que reúne objetos del pasado que utiliza para abrir las mentes y transmitir perspectivas históricas, así como proporcionar una cierta experiencia sensorial sobre cómo podía haber sido la vida en otros tiempos.(15)

La gama de los museos de historia es enorme, sobre todo si incluimos los conjuntos histórico-arqueológicos monumentales y los yacimientos asimilables a museos, lo que la definición que hemos propuesto de museo de historia nos aconseja. Así, podemos distinguir:

- Museos de historia general, de carácter más o menos convencional y ámbito territorial específico, sea local, territorial o nacional.
- Yacimientos arqueológicos y monumentos preservados *in situ*. Bajo el principio de que los vestigios deben conservarse en su lugar de origen, existe un gran número de lugares patrimoniales abiertos al público. A veces reciben el nombre de museo, otras de parque arqueológico y muy a menudo el de monumento o conjunto monumental.
- Los museos monográficos de tema histórico constituyen una nutrida familia en continua expansión. Destacan los museos de medios de transporte como los dedicados a los ferrocarriles o al automóvil, los dedicados a la navegación y los museos militares. Estos museos explican la evolución de un factor de civilización característico -el transporte, la navegación, el ejército y la guerra-. También se pueden contemplar dentro de esta categoría los museos de oficios o de industrias, como los museos textiles, los museos de colonias textiles industriales vinculados a la historia de la industrialización, o los museos de minería. Todos ellos se considerarán genuinamente museos de historia

(15) E. P. Alexander (1982)

siempre y cuando asocien los testimonios materiales conservados a las relaciones sociales creadas en su entorno, dentro de una perspectiva temporal.

- Las casas museo y los museos biográficos. Son museos monográficos dedicados a un personaje histórico, generalmente vinculados a un lugar geográfico y en particular a una casa relacionada con la vida de tal personaje.

Museos de etnología y etnografía

La idea del museo etnológico se remonta al último tercio del siglo XIX en plena era colonial, cuando Occidente descubre el atractivo del **patrimonio de los otros**, es decir, de las sociedades "primitivas" coetáneas localizadas en regiones lejanas y exóticas. Paralelamente, industrialización y nacionalismo hacen aumentar el interés por las propias raíces, con la subsiguiente revalorización del interés por los modos de vida tradicionales y sus productos culturales. De los primeros nacen los museos llamados etnográficos, de los segundos, los museos de folclore o de artes y tradiciones populares.

La noción tradicional de museo etnológico, e incluso de patrimonio etnológico, empezó a cuestionarse en los años 1960 coincidiendo con el desarrollo de la antropología social y cultural, y posteriormente con la aparición de una nueva museología que no se sentía cómoda con el tratamiento concedido a los museos de contenido etnológico y etnográfico. La idea de capturar y conservar estáticamente una cultura en estado puro, -como si se tratase de crear para la misma una "reserva"-, y el convencimiento de que no podía limitarse el estudio antropológico de las culturas a la cultura material, contribuyeron a poner en cuestión los planteamientos tradicionales. En este contexto se abre camino en Europa la idea del **ecomuseo**(16), y en América la de los **museos comunitarios**(17), y se ensayan museologías rupturistas que preconizan la reinterpretación periódica de los fondos custodiados en los museos etnológicos y etnográficos.

(16) Ecomuseo es un centro museístico orientado sobre la identidad de un territorio, sustentado en la participación de sus habitantes, finalizado el crecimiento del bienestar y del desarrollo de la comunidad. Según el Natural History Committee del ICOM: El ecomuseo es una institución que gestiona, estudia y valora -con finalidades científicas, educativas y, en general, culturales- el patrimonio general de una comunidad específica, incluido el ambiente natural y cultural del medio. De este modo, el ecomuseo es un vehículo para la participación cívica en la proyección y en el desarrollo colectivo. Con este fin, el ecomuseo se sirve de todos los instrumentos y los métodos a su disposición con el fin de permitir al público comprender, juzgar y gestionar -de forma responsable y libre- los problemas con los que debe enfrentarse. En esencia, el ecomuseo utiliza el lenguaje del resto, la realidad de la vida cotidiana y de las situaciones concretas con el fin de alcanzar los cambios deseados. Extraído de www.wikipedia.es.

(17)El museo comunitario es un espacio donde la comunidad realiza acciones de adquisición, resguardo, investigación, conservación, catalogación, exhibición y divulgación de su patrimonio cultural y natural, para rescatar y proyectar la propia identidad fortaleciendo el conocimiento de su proceso histórico a través del tiempo y del espacio. Este modelo permite explorar dimensiones tan diversas como sus recursos naturales sus monumentos históricos, su tradición oral y

Museos de ciencia y técnica

Ya la Revolución Francesa instituyó un museo de Arts et Métiers con la intención de instruir al pueblo sobre los avances de la ciencia y la técnica. Aunque la filosofía de este tipo de museos se fijó seguramente entonces, los museos de ciencia y técnica de nuestra época son herencia de la Revolución Industrial. Las grandes exposiciones universales de la segunda mitad del siglo XIX, espejo de los avances de la industria, llamaron la atención sobre la oportunidad de conservar en museos muestras permanentes de los progresos de la humanidad en este terreno. Al incorporar la tercera dimensión, estas nuevas enciclopedias del conocimiento práctico y el progreso que resultaron ser los museos de la ciencia y la técnica entusiasmaron por su eficacia pedagógica.

Museos de ciencias de la naturaleza

Los gabinetes de curiosidades y las cámaras de las maravillas del Renacimiento tardío y el Barroco reunían abundantes muestras de naturalia, esto es, especimenes naturales para nosotros y curiosidades para los coleccionistas de la época. La Revolución científica dio un nuevo sentido a la conservación de los naturalia al convertirlos en pruebas inestimables de la evolución y comportamiento de la naturaleza, es decir, en verdaderos "documentos" para la ciencia. Los primeros museos nacionales enciclopédicos como el Museo Británico, fieles a la idea de la unidad y universalidad de los saberes, reunían bajo un mismo techo colecciones de historia natural y colecciones de historia humana. Pero hacia finales del siglo XVIII las colecciones llamadas "científicas" tendieron a ser reinstaladas en museos creados especialmente para ello, los museos de historia natural, que en lugares como París se asociaron a extensos jardines en los que experimentar con las plantas. Éste fue el proyecto inicial del Prado de Madrid, que debía fundarse como colección científica junto a los muros del jardín botánico y cerca del observatorio astronómico. El aumento del tamaño de las colecciones, la necesidad de sistematización de los conocimientos y los progresos experimentados en el método científico dan

sus proyectos para el futuro, mientras se estimulan la generación de proyectos de desarrollo basados en un aprovechamiento adecuado de su propio patrimonio. También propicia la creación de un terreno común en el que puedan apoyarse y encontrarse las comunidades que comparten este interés.

lugar, en el siglo XIX, a una mayor especialización disciplinar con la consiguiente aparición de museos especializados en zoología, geología, paleontología, etc. El estudio de colecciones sistemáticas seguirá siendo por muchos años una actividad obligada e insustituible para la elaboración de teorías científicas sobre la naturaleza y la vida.

De frente a una producción en gira. Una Breve Introducción a la Producción Técnica de Espectáculos

Por Gerardo Greco(*)

Gerardo Greco. Coordinador Técnico del Auditorio "Presidente Perón", Ciudad de las Artes. Ha realizado capacitación informal en producción técnica, sonido, iluminación, stage (telonería, escenografías), construcción de cases para personal de De La Guarda, Nueva Tribu, Ataque 77, y distintas empresas. Coordinó la producción técnica de festivales de música popular, rock y cuarteto como La Voz Rock, La Falda Rock 2002, Embalse 2004 al 2006, Cosquin Rock 2000 al 2005, Cosquin Cuarteto. Fue coordinador técnico de festivales de teatro en la provincia de Córdoba: Festival Internacional de Teatro del MERCOSUR-2005 y Festival Internacional de Teatro para Niños y Jóvenes-2006. Coordinador de Músicos Independientes Confederados durante 2004/2005.

En cierta ocasión me presenté a un productor ofreciendo mis servicios de producción técnica, frente a mi propuesta, me respondió: "Me parece fantástico! Pero... yo a vos no te necesito".

Por supuesto, después de más de diez años de producir eventos -hasta internacionales- el tal contaba con una gimnasia que le había dado la posibilidad de aprender a fuerza de prueba y error.

Cierto día me encuentro con su propuesta de trabajo, que era igual que la mía. Pero, esta vez, sí me necesitaba. Entiendo que se percató que dentro de una producción existen distintas áreas a las cuales hay que dedicarles una dosis mínima de profesionalismo.

Cuando hablamos de producción y organización de eventos y espectáculos, generalmente se obvian las cuestiones técnicas porque suelen ser servicios contratados -sonido, luces, generadores eléctricos, estructuras para ferias y/o escenarios- donde el productor u organizador explica las necesidades o simplemente remite los pedidos del artista.

Sin embargo, es importante como productor u organizador reconocer las propias limitaciones y las de quienes trabajan en el proyecto. Por ello, es fundamental que siempre en toda producción / organización de actividades haya una persona responsable de las cuestiones técnicas.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de producción técnica?

La **Producción Técnica** consiste en resolver el montaje de cualquier espectáculo o evento en cualquier locación (venue -ver Glosario técnico al final) teniendo en cuenta las necesidades, tanto del espectáculo o evento, como del público y organizador o productor. Del espectáculo, en cuanto se trata del escenario, sonido, escenografía, luces, seguridad o, si es un evento,

(*) Si tiene alguna duda, sugerencia y/o critica: grecoprod@gmail.com Asunto: PRODUCCIÓN TÉCNICA

además de las anteriores el espacio, circulación, requerimientos específicos, etc.
Del público, en cuanto lo referente a butacas, seguridad de las personas, baños, discapacitados, ingresos, entre otros.
Y del organizador o productor en cuanto a la relación costo-servicio, evaluación de proveedores y expectativas en cuanto al espectáculo o evento, frente al presupuesto de técnica que demanda tal.
Todo esto es de considerar ya que, una vez dado ingreso al público o iniciada la actividad, **no hay vuelta atrás en las cuestiones técnicas**, no hay tiempo ni posibilidad de grandes cambios, por eso deben ser previstas con anterioridad y tomar todos los recaudos preventivos posibles.
Son muchos los temas relacionados a la producción técnica de un evento, en esta oportunidad sólo se presenta una introducción para aquellos gestores, instituciones públicas, salas oficiales o comerciales, organizadores y productores que reciben una **producción en gira**.
Entendemos *la gira*, no como se entiende a fuerza de usos y costumbres por el cambio de ciudad o país de una producción, sino frente a la situación que implica el cambio de espacio físico en el cual el evento no ha sido diseñado originalmente. Lo similar en este concepto es que el *venue* cambia, mas allá de la geografía política. Es el caso de shows musicales, muestras u obras de teatro que son ideadas y luego adaptadas cada vez al nuevo espacio de presentaciones, así sea dentro de una misma ciudad.
Para entender la guía de procedimientos técnicos que a continuación se desarrolla, debemos ubicarnos en la posición del director de una sala o club; responsable técnico de un centro cultural, teatro o auditorio; organizador de cualquier evento o espectáculo que recibe o contrata un número artístico. Somos los **productores locales**. Sin embargo, a veces aún siendo locales no conocemos bien los detalles técnicos sobre los espacios que son elegidos o elegidos para desarrollar nuestro evento.

Recibiendo una producción en gira

Teniendo a cargo la producción técnica local, hay una serie lógica de pasos a seguir y unas cuestiones básicas a tener en cuenta.

Aquí trataremos de ser lógicos, lo que no implica que se trate de una regla o norma, por supuesto que quedaran muchas letras que escribir. Que se entienda esto como una mínima intención de valorizar un área y un procedimiento más dentro de todas la que conforman la producción de un evento.

Contacto

En primera instancia, se debe tomar contacto con la persona encargada de la técnica de espectáculo o evento a presentar. Es imprescindible que dicha persona tenga poder de decisión frente a cualquier cuestión inesperada que pueda llegar a plantearse.

En este contacto se logran todos los requerimientos técnicos - rider- que demande el contrato -si lo hubiere- de las distintas áreas en forma de listados y plantas. Además, hay que pedir los tiempos de montaje estimados.

Rider- listado de requerimientos técnicos

Se entiende por **rider** al anexo al contrato o listado enviado por el representante o manager que contiene los requerimientos técnicos y logísticos; en este caso trataremos sólo las cuestiones técnicas.
Es un término muy usado en el oficio de la producción técnica, ya que es un área de amplio espectro. Pero sólo hay que tener en cuenta que, sobre todas las cosas, las áreas de trabajo deben estar bien delimitadas y no sobreponerse entre si.
El rider(1) es una lista pormenorizada de todos los detalles en cuanto a servicios técnicos y personal de asistencia técnica. Se entiende que un dato que no figura en esta lista, queda a criterio de la producción local del evento.
En él suelen figurar las dimensiones del espacio escénico en boca, fondo y altura, las características de piso (en caso de espectáculos de danza), ubicación de las distintas posiciones de los artistas dentro de la puesta en el escenario, requerimientos de sonido y luces, asistencias en montaje,

(1) Ver para más detalles Legislación Aplicada a los Espectáculos, del Abo. José Palazzo, en este libro.

requerimientos de back-line (en caso de shows musicales), además de especificar las dimensiones de las áreas de trabajo. No son un dato menor los requerimientos de energía y disponibilidad de camarines, etc.
Es importante que el productor local conozca a los proveedores locales y/o regionales a fin de poder cumplir con los requerimientos planteados. Una vez revisado el rider, se consulta con los proveedores para generar un presupuesto con contra-rider. A partir de allí, se realiza un estudio de los proveedores disponibles o potenciales en función de los requerimientos y se comunica el contra-rider a fin de adaptar -o no- los requerimientos.
Se recomienda adosar planos y fotos del local, referencia en tiempo y distancia de los lugares de hospedaje, estacionamientos, ingresos de personal y de cargas.
Dentro de nuestro medio es importante saber que el mejor presupuesto no es el más bajo en costo, sino el que mejor contra-rider genera. De más esta decir que es importante que el contra-rider se cumpla al pie de la letra, ya que es un compromiso asumido.

Schedule- Plan de Trabajo

El *schedule* es un cronograma horario de actividades y tareas, que grafica desde el momento de inicio de la organización técnica hasta el fin de la producción. Generalmente, el día del evento contiene inclusive la grilla con lo que, hora-a-hora, debe suceder para que no haya retrasos en la hora anunciada de inicio de la actividad para el público, ni para el artista
La primera propuesta respecto del plan de trabajo llega por parte de la producción técnica del artista, según sus necesidades, y se debe coordinar frente a las posibilidades de cada área involucrada en la actividad. Desde el conserje del hotel que realiza el llamado al lobby, hasta el último personal con responsabilidad deben estar coordinados. La producción local deberá responder a esta primera propuesta. Por ejemplo, si se solicita la sala tres días antes de la función y esto no es posible de cumplir, se debe comunicar.
Luego, con el jefe técnico o encargado del artista o grupo, se coordina un *schedule* con el venue; la compañía, el staff o crew o jefe técnico del artista;

la producción; la logística y todas las áreas comprometidas desde las etapas de montaje hasta los últimos chequeos previos al inicio del evento.
Si se ocasionan cambios de último momento en la grilla, (por ejemplo, un artista que actuara media hora antes o después) deberá comunicarse inmediatamente a las áreas involucradas, como servicios de sonido y luces, transporte, seguridad, camarines, etc.

Al llegar al Venue

Ya sea si conocemos o no bien el lugar, debemos procurar que lo primero que haga el jefe técnico del artista sea tomar contacto con el jefe técnico o encargado de la organización, producción o *venue* (generalmente los teatros, auditorios y salas comerciales y oficiales tienen personal técnico especializado).
En la sala, es importante chequear los ingresos y su adecuada señalización, la luz de trabajo y disponibilidad horaria. Específicamente, chequear el modo de encendido de las luces de sala y, en función de ello, el sistema de coordinación para el apagón previo al comienzo del evento. Además, ver los tipos de lámparas con las que se cuenta para la iluminación general, ya que hay lámparas que, por su característica, requieren de un tiempo y temperatura apropiadas para su encendido. Verificar la condición de los tableros de alimentación eléctrica, el tendido de cables y la carga máxima admitida por los fusibles es fundamental y debe hacerse en este primer momento.
Identificar la ubicación de los matafuegos y estado de los elementos de incendio, el buen estado y funcionamiento de la maquinaria, nivel y estado general del piso del escenario. Otro tema prioritario es examinar las dimensiones del escenario, el estado general y los puntos de rigging, las varas y las cargas posibles.
Con la producción se coordina el personal requerido para cada área y la disponibilidad horaria del mismo. Tener una reunión con los proveedores de servicios a fin de coordinar material provisto y tiempos de montaje. Todo servicio contratado debe contar con un personal competente y con decisión (encargado).

A la llegada del staff es recomendable remitirse al jefe técnico para comunicar el estado general del montaje, personal de referencia de cada área, listados con teléfonos útiles. En este momento es donde se replantea el plan de trabajo según el estado de situación. Cada encargado de área debe estar preparado para brindar un informe del estado de situación de su propia área, para que a partir de allí se elaboren las correcciones del plan de trabajo, para así luego generar el schedule definitivo.

De la seguridad

Este es un tema amplio que puede referirse a:

- seguridad de las personas: que resguarda al público en general, con especial atención a discapacitados, ancianos y niños -si corresponde-;
- seguridad preventiva: que se ocupa de mantener el orden y administrar los ingresos del público;
- seguridad del evento o espectáculo: que preserva a los artistas y sus asistentes, el venue, los proveedores de servicios y requiere de seguridad industrial que, entre otras cosas, se ocupa de que las conexiones eléctricas sean seguras, organiza plan de fuego, chequea resistencia de materiales, etc.

Hay una parte de la seguridad que tiene directa relación con la técnica. Por citar algunos puntos: portones de carga, ingresos de escenario, grupos de generadores. Todos estos puestos deben ser coordinados conjuntamente por los jefes de técnica y seguridad. El personal debe estar al tanto de los puntos de riesgo eléctrico y depósitos de material combustible -en caso de que lo hubiera- a fin de dar parte de cualquier anomalía observada en los eventos montados en estadio.
El personal de seguridad tiene íntimo contacto con las estructuras periféricas (bretes, vallados, etc.) por cuanto se ocupará de informar cualquier modificación o reparación que sea necesaria. Estas estructuras periféricas son diseñadas por el área técnica según requerimiento de la seguridad. La seguridad debe estar al tanto del plan de trabajo y de la duración de las jor-

nadas de trabajo en general. En los portones de ingreso de carga, es importante tener contacto con la técnica a fin de no demorar el ingreso de los vehículos.
Además, hay que contar con un grupo de personal listo para desmontar las estructuras periféricas ante la necesidad del personal de seguridad, por ejemplo, ante la desconcentración del público.

Los puntos de carga -rigging-

Los puntos de carga o *rigging* son los lugares desde donde se montan los pesos, que bien podrán ser estáticos -sistemas de sonido o luces- o dinámicos -telas para acrobacias-. Es fundamental, a la hora de solicitar un punto de rigging, tener en cuenta una serie de detalles:
En la planta se detallarán la posición de los distintos puntos, su carga y característica de la fuerza y no dejar de lado la altura a la que el punto deberá estar colocado.
Se debe tener en cuenta un coeficiente de seguridad de 3 a 1, es decir que por cada kilo aplicado, todo el material involucrado en el punto deberá soportar 3 kilos. Se recomienda también que todo el material utilizado sea homologado.
Los materiales de un punto:

- Lingas de acero.
- Lingas sintéticas.
- Grilletes.
- Mosquetones.
- Linga de seguro.

El *rigger* es la persona que se ocupa de colocar los puntos de carga, tiene conocimiento de trabajo en altura y además conoce de las cargas que se aplicarán a ese punto, ya que entiende de las características y requerimientos del material. La mayoría de los espacios donde se desarrollan espectáculos generalmente cuentan con este tipo de personal, lo cual es muy importante ya que tienen alto conocimiento de las estructuras de

soporte del lugar. Es importante que el rigger cuente con un equipo de seguridad apropiado y con un equipo de asistencia en tierra. El equipo de seguridad esta compuesto por arnés, casco, mosquetones, cintas tubo y cuerda de seguridad y demás elementos que pudieran ser sugeridos por un experto en seguridad industrial. Siempre se debe tener en cuenta un servicio médico de asistencia inmediata en el lugar cada vez que se realice este tipo de tareas.

Personal de carga

El personal de carga debe ser gente de oficio, que sepa qué tipo de material está transportando y cómo hacerlo. Lo habitual, en lo cotidiano, es el caso contrario: gente voluntaria o necesitada de trabajo suele realizar estas tareas, por ello debe recibir una instrucción mínima básica antes de comenzar.
En todos los casos, este personal tiene que estar bajo la supervisión de un encargado, el cual se convierte en el referente al que se le asigna la tarea y los tiempos previstos.
A fin de agilizar las operaciones de carga y descarga, se debe indicar de antemano el orden y ubicación del material involucrado. Luego de finalizada la operación de descarga, es aconsejable que quede en todo momento un equipo reducido de personal por cualquier cambio imprevisto que pueda surgir.

Próximos a la Escena

No nos referiremos aquí a cuestiones específicas del escenario, ya que, en esta oportunidad, sólo es necesario que brindemos a la producción en gira las condiciones para el montaje predeterminado del cual se ocupa la compañía, staff o crew.
Sólo una referencia respecto a la **limpieza**, **oficinas** y **camarines**.
Vale decir que la mejor manera de resolver estos ítems tiene que ver con el sentido común, pensando como a uno mismo le gustaría estar:

Limpieza

Es una de las áreas menos tenidas en cuenta a la hora de una producción. El equipo de limpieza cumple con la misión de tener todas las áreas en perfecto estado, en todo momento. Es importante que el personal sea bien predispuesto y eficiente ante las eventualidades, desde un derrame de líquidos hasta la limpieza de un escenario en el que estallaron morteros de papel.
En caso de eventos donde se dispone de baños químicos, hay que contar con un equipo de gente que esté abocado específicamente a los mismos y que por turnos mantengan la limpieza y desinfección.
En los escenarios, el personal de limpieza queda a la orden del *stage manager* -jefe de escenario- respondiendo a cada necesidad que surja. Este personal debe tener en cuenta no desconectar ningún cable y, en caso que esto suceda, informar de inmediato.

Oficinas

Es común que dentro del rider figure el requerimiento de una o más oficinas. Generalmente este espacio es utilizado por la producción de la compañía para reuniones y planificaciones de último momento. Debe tenerse en cuenta que, para una compañía en gira, esta puede ser también la base desde donde se planifican y coordinan cuestiones internas y propias del show.
Desde ya que el mobiliario es el básico: sillas, escritorios, sillones y es importante tener prevista energía en 220v y 110v. Pero mas allá de esto, es importante tener en cuenta que esté bien decorada e iluminada, limpia y bien prolija. El medio ambiente es altamente condicionante de la actitud que pudieran tener los productores y managers de la compañía.

Camarines

El camarín es el lugar donde pasa el artista sus últimos momentos antes de salir a escena, por consiguiente, es entendible que este lugar tiene que

ser cómodo, limpio, bien decorado e iluminado. Se recomienda que sea un lugar amplio y con mobiliario suficiente (bien equipado) para albergar a todos los integrantes de la comitiva que hayan sido asignados al mismo. En algunos casos el rider contiene grandes especificaciones en cuanto al camarín.

En todos los casos debe contar con baño propio o bien cerca, espejo de cuerpo entero, elementos de aseo (toalla, jabón, papel tissue). Los camarines en todo momento deben estar cubiertos por personal de asistencia y limpieza, que pueda resolver cualquier necesidad que surja. Otro párrafo merece la temperatura. Un buen camarín debe estar equipado con estufas, caloventores y ventiladores. Hay que tener en cuenta estos elementos aún cuando los camarines tengan aire acondicionado, ya que a los cantantes les genera sequedad en las vías respiratorias, por cuanto es usual que soliciten que se apaguen los equipos

Los camarines deben tener siempre un acceso directo y próximo al escenario. En algunos casos, generalmente en espectáculos con muchos cambios de vestuario, se arma lo que se llama un *camarín rápido*. Las dimensiones de este son mínimas ya que albergara al artista con su vestuarista y maquillador. Estará equipado con espejo y luz de maquillaje, espejo de cuerpo entero, alfombrado y con 2-3 sillas. Este camarín estará ubicado en el *back-stage*, al lado o lo más cerca posible del escenario.

Breve glosario técnico

> Advertencia: Es habitual la utilización de términos en inglés en la jerga de espectáculos en vivo, sobre todo de shows musicales por la frecuencia de trato con producciones exteriores y artistas internacionales. Aunque esto incomode la lectura, estimo de gran ayuda acercar/compartir estos términos con al gestor /lector.

Venue: Denominación internacional para locación, lugar donde se montará el espectáculo que pude ser pub, campo, estadio, teatro, centro de convenciones, entre otros.

Rider: Elemento típico de los contratos de espectáculos son los anexos que se denominan Rider, que contienen las especificaciones técnicas que el artista requiere para el lugar donde va a actuar... de sonido, luces, montaje en escenario, etc.

Contra-rider: Es la devolución del rider, atendiendo la disponibilidad y evaluación de posibilidades de provisión según las condiciones de la producción u organización.

Plantas: Las plantas son planos en planta de la ubicación de los instrumentos y equipos, artistas, iluminación, escenografía, sonido, etc.

Back-line: equipos e instrumentos de los artistas sobre escenario (batería, percusión, equipo de guitarra y bajo, teclados, etc.).

Schedule: Cronograma horario de actividades y tareas desde el momento de inicio de la organización técnica hasta el fin de la producción. Generalmente, el día del evento, contiene hasta la grilla con lo que hora-ahora debe suceder para que no haya retrasos en la hora anunciada de inicio de la actividad para el público ni para el artista.

Rigging: punto de anclaje donde se cargan y cuelgan sistemas de luces, sonido, escenografía, etc.

Compañíа, **staff** o **crew**: Referido a los asientes que acompañan e integran el equipo de un espectáculo, además de los artistas que forman parte del personal que gira. Son asientes personales de las figuras mayores, vestuaristas, asistentes de instrumentos, jefes de escenario, escenográfos, operadores de luces y sonido. En el caso de danza o teatro se llaman compañías, y en la música y espectáculos internacionales se denomina staff o crew, o sea, personal o equipo.

stage manager: jefe de escenario.

back-stage